

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

Reconocimiento de validez oficial de estudios de nivel superior según acuerdo secretarial 15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 29 de noviembre de 1976.

Departamento de Economía, Administración y Mercadología
Maestría en Mercadotecnia Digital y Analítica De Clientes



ESTRATEGIA MERCADOLÓGICA PARA LA CREACIÓN DE CONTENIDO EN REDES SOCIALES PARA EL POSICIONAMIENTO DE PROYECTOS EDUCATIVOS

TRABAJO RECEPCIONAL que para obtener el **GRADO** de
MAESTRA EN MERCADOTECNIA DIGITAL Y ANALÍTICA DE CLIENTES

Presenta: **ALMA DELIA BANDA GONZÁLEZ**

Asesor: **FERNANDO ORTIZ CUEVA**

Tlaquepaque, Jalisco. noviembre de 2024

Contenido

Resumen.....	4
Introducción.....	5
Capítulo 1. Fundamentación del Trabajo	7
1.1. Descripción de la Organización que se Planea Intervenir y su Contexto.....	7
1.2. Análisis del Entorno de la Organización.....	9
1.3. Descripción de la Problemática Percibida que Justifica la Intervención	13
1.4. Delimitación y Área Funcional por Intervenir.....	16
1.5. Validación de las Condiciones de la Intervención	17
1.6. Diagnóstico Preliminar: Primera Hipótesis	19
1.7. Objetivos de la Intervención.....	20
1.8. Relevancia y Pertinencia del Trabajo.....	20
Capítulo 2. Marco Conceptual de Referencia	20
2.1. Estado de la Cuestión.....	21
2.2. Conceptos y Enfoques Teóricos Relacionados.....	25
2.3. Análisis de Referencia para el Cambio	36
Capítulo 3. Diagnóstico Profundo: Marco de Referencia y Estrategia de Intervención	
.....	38
3.1. Definición de la Estrategia de Intervención, Selección de las Herramientas Requeridas y el Cronograma del Diagnóstico Profundo.....	38
3.2. Definición de los Factores Prioritarios a Intervenir y/o Cambiar en la Problemática	47
3.3. Metas de Información (Qué Quiero Conocer con mi Diagnóstico Profundo)	47

3.4. Identificación, Descripción y Cuantificación de Métricas Iniciales (Medición antes de la Intervención)	49
3.5. Descripción del Análisis: Correlación e Interpretación de la Información	51
4.1. Justificación de la Intervención	53
4.1.1. Consideraciones Costo/Beneficio de la Intervención	59
4.2. Actividades, Herramientas e Instrumentos.....	60
4.3. Etapas del Proceso de Aplicación de la Intervención.....	69
4.3.1. Cronograma de la Implementación de la Estrategia	74
4.3.2. Imprevistos.....	76
Capítulo 5. Implementación: Exposición de Hallazgos	76
5.1.	77
Sistematización y Medición de Resultados	77
5.2. Organización de la Información Obtenida	80
5.3. Impacto de la intervención en la organización	100
CAPÍTULO 6. Discusión Final.....	105
6.1 Relevancia y Trascendencia Disciplinaria de la Estrategia de Intervención	106
6.2. Aspectos de Mejora para Intervenciones Subsecuentes.....	119
Anexo 1 Resultados <i>Focus Group</i>	127
Anexo 2 Resultados Entrevistas Semiestructuradas.....	129
Glosario	134
ITESO: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.	136

Resumen

Este trabajo de obtención de grado (TOG) tiene como objetivo implementar una estrategia de mercadotecnia para mejorar el posicionamiento de las experiencias académicas de internacionalización ofrecidas por la Preparatoria ITESO, específicamente en el programa de intercambio en Irlanda. La intervención se justifica por la disminución significativa de inscripciones en dicho programa, lo que evidencia la necesidad de revisar y fortalecer su promoción.

El proyecto incluye un diagnóstico inicial para identificar los factores que afectan la participación estudiantil, así como un análisis profundo del mercado meta, utilizando herramientas de mercadotecnia digital. La metodología empleada combina investigación de mercado, análisis de datos cuantitativos y cualitativos, y la aplicación de estrategias digitales a través de redes sociales.

Los resultados revelan una baja visibilidad del programa y un desaprovechamiento de canales de comunicación clave. Como resultado de la intervención, se espera aumentar la inscripción en un 28 % mediante una campaña digital focalizada en los intereses y motivaciones del segmento de estudiantes y sus familias.

Las conclusiones destacan la importancia de una comunicación efectiva y adaptada al perfil del mercado meta, lo que permitirá a la Preparatoria ITESO fortalecer la internacionalización como un valor agregado en su oferta educativa.

Palabras clave: mercadotecnia digital, experiencias académicas, Preparatoria ITESO, internacionalización, Irlanda.

Introducción

El presente trabajo se contextualiza en el ámbito de la mercadotecnia digital aplicada en la educación internacional, específicamente en la intervención destinada a mejorar el posicionamiento del programa de intercambio académico en Irlanda, ofrecido por Preparatoria ITESO. El proyecto se centra en los desafíos de visibilidad y captación de estudiantes en experiencias académicas internacionales, en un contexto donde las estrategias digitales cobran cada vez mayor relevancia. En este ámbito, las organizaciones educativas exploran nuevas formas de adaptarse a las preferencias de un mercado que, mayoritariamente, depende de canales digitales para tomar decisiones informadas sobre su trayectoria académica.

Sin embargo, a pesar de la creciente importancia de las herramientas digitales, el programa de Irlanda ha experimentado una disminución significativa en las inscripciones, lo que plantea una necesidad de reevaluar y optimizar las estrategias de mercadotecnia empleadas hasta ahora. Es importante que se comprendan las motivaciones de los estudiantes y sus familias, para diseñar una propuesta de valor que resuene con sus expectativas y los impulse a inscribirse en estos programas.

El objetivo de esta intervención es implementar una estrategia de mercadotecnia digital que permita reposicionar el programa académico de intercambio en Irlanda de la Preparatoria ITESO, incrementando su visibilidad y, en consecuencia, las inscripciones. Para lograrlo, se desarrollará una investigación de mercado que abarcará tanto el análisis de los medios digitales utilizados actualmente, como la identificación de nuevas oportunidades de promoción a través de plataformas en línea.

Este documento está estructurado en seis capítulos. El primero presenta una fundamentación del trabajo y el diagnóstico inicial de la problemática. El segundo se enfoca en el marco conceptual, describiendo las teorías y enfoques que guían la intervención. En los capítulos tres y cuatro, se detallan la metodología y las herramientas seleccionadas, así como el plan de implementación de la intervención.

El capítulo cinco expone los hallazgos obtenidos, mientras que el capítulo final ofrece una discusión sobre la relevancia de los resultados y su impacto en la organización. Con esta estructura, el lector podrá obtener una visión clara y detallada del proceso y los resultados de la intervención propuesta.

Capítulo 1. Fundamentación del Trabajo

Las experiencias académicas en Irlanda representan una oportunidad para los estudiantes de Preparatoria ITESO, ya que éstas permiten ampliar conocimientos educativos y culturales. Sin embargo, se ha observado una disminución significativa en las inscripciones de los estudiantes que optan por ir a estas experiencias, pasando de 14 inscritos en el primer año a solo siete en el segundo año, lo que indica una reducción del 50 %.

Actualmente, las experiencias académicas en Irlanda no cuentan con un adecuado posicionamiento, lo que limita su atractivo para los estudiantes. La falta de una estrategia de mercadotecnia ha provocado que se desconozcan dichas experiencias, ya que el mercado objetivo desconoce los beneficios académicos y personales que éstas brindan.

1.1. Descripción de la Organización que se Planea Intervenir y su Contexto

La Preparatoria ITESO es una Institución Privada de Educación Media Superior que dio inicio con cerca de 200 estudiantes en su primera generación en el año 2021. Su finalidad es formar a jóvenes comprometidos con la construcción de una sociedad más plural, libre y justa, por medio de un modelo educativo integral, en un entorno universitario en el que prevalecen la acción, la reflexión y la colaboración con los demás. Su lema “Ser con los demás” (PREPA ITESO, 2021): implica compromiso y participación sustentados en los cuatro principios de filosofía educativa de inspiración ignaciana, que se muestran en la Figura 1 de Principios de filosofía educativa.

Figura 1.

Principios de filosofía educativa.



Nota. Elaboración propia obtenida del perfil empresarial

Aunado a lo anterior, Preparatoria ITESO con base en el Paradigma Pedagógico Ignaciano (PPI), integra a su proceso educativo la perspectiva del mundo y la visión de la persona que se busca formar desde la inspiración ignaciana. La particularidad de la formación ignaciana radica en el valor que le da a la persona, a la que se acompaña para “facilitarle el aprendizaje y la madurez, enfrentándola con la verdad y el sentido de la vida” (Duminuco, 2016, pág. 10).

De acuerdo con el PPI, un componente básico para la trayectoria formativa de los estudiantes contempla, además de las asignaturas establecidas en el mapa curricular, la vivencia de experiencias fuera del aula, incluidas las de carácter internacional que armonizan con la misión educativa de Preparatoria ITESO:

Somos una Preparatoria de inspiración cristiana y jesuita que, a través de la creación de espacios de aprendizaje innovadores y estrechamente vinculados con el entorno social, político, económico, religioso, ambiental y cultural, busca formar personas conscientes, competentes, compasivas y comprometidas con su realidad, capaces de asumir con

excelencia los estudios universitarios y de contribuir en la construcción de una sociedad más equitativa, incluyente, democrática y pacífica. (PREPA ITESO, 2021, pág. 28).

La Coordinación de Internacionalización es el área encargada de los intercambios académicos fuera del país, para propiciar experiencias que fortalezcan lo aprendido en el aula, y ligadas con las áreas de STEAM (Ciencias, Ingeniería, Tecnología y Matemáticas); Identidad, Diversidad y Comunidad, y finalmente con el área de Análisis Histórico y Social.

Para la Preparatoria ITESO esta experiencia académica se lleva a cabo en Irlanda, bajo el marco del convenio con la Universidad de *Mary Immaculate College*. Se ofrece a todos los estudiantes para que participen durante un periodo de dos semanas en el verano, contando con apoyo de vuelos aéreos, transportación, hospedaje, alimentos y el programa a cursar durante su estadía.

1.2. Análisis del Entorno de la Organización

El objetivo del análisis del macroentorno consiste en obtener una comprensión de la industria educativa, abarcando tanto el ámbito nacional como el internacional. Este análisis se orienta hacia distintos aspectos, entre ellos, los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales que inciden en el entorno de la organización. En este contexto, la institución educativa tiene como enfoque central la búsqueda de movilidad internacional para sus estudiantes.

Político: el macroentorno político en la educación refiere a todas las influencias políticas y gubernamentales que afectan al sistema educativo, esto incluye las políticas y leyes educativas, los programas de gobierno relacionados con la educación, los cambios en los ministerios de educación y las orientaciones políticas sobre la enseñanza y el aprendizaje.

Los cambios en los gobiernos y las prioridades políticas pueden tener un impacto significativo en la educación, especialmente si se introducen políticas contradictorias o se

cancelan programas educativos existentes. También implica examinar el grado de participación y toma de decisiones de los docentes, estudiantes y padres de familia.

La participación democrática en la toma de decisiones educativas es fundamental para garantizar que las políticas y programas sean relevantes y efectivos para las necesidades de la comunidad educativa.

Económico: el macroentorno económico en la educación es un aspecto fundamental que influye en la forma en que se lleva a cabo la educación del país. Esto se refiere a los factores económicos y sociales más generales que afectan a la educación, como el crecimiento económico, el empleo, la desigualdad de ingresos, los recursos disponibles para la educación, entre otros. El macroentorno económico desempeña un papel importante en la educación, ya que determina la disponibilidad de recursos, accesibilidad y la calidad de la educación.

Los factores económicos como el empleo, la desigualdad de ingresos, la tecnología, tienen un impacto directo en la forma en que se brinda la educación y en las oportunidades educativas disponibles. Es importante que los gobiernos y otras instituciones inviertan adecuadamente en la educación para garantizar un desarrollo humano sostenible.

Social: el macroentorno social en la educación abarca una amplia gama de factores que pueden influir en el proceso educativo, como lo son:

- **Cambios demográficos:** los cambios en la composición de la población, envejecimiento, migración, etc. estos pueden requerir programas específicos para entender las necesidades de estudiantes de diferentes culturas o idiomas.
- **Desigualdades sociales:** pueden afectar el acceso a una educación de calidad. Las personas de bajos ingresos pueden tener menos oportunidades de recibir una buena educación. Además, las desigualdades de género y la discriminación pueden influir en las oportunidades educativas.
- **Cambios culturales:** la importancia creciente de la diversidad cultural puede requerir una mayor atención a la educación intercultural y promoción de la tolerancia y el respeto a la

diversidad. Además, la educación debe adaptarse a los cambios en los roles de género y las expectativas en la sociedad.

Tecnológico: el macroentorno tecnológico en la educación está en constante evolución, y las nuevas tecnologías están transformando la forma en que se enseña y se aprende. Aunque existen desafíos en términos de acceso y protección de datos, el uso de la tecnología ofrece nuevas oportunidades y mejoras significativas en la educación. El rápido avance de la tecnología ha llevado a la inducción de nuevas herramientas y dispositivos en el ámbito educativo, estos avances están cambiando la forma en que los estudiantes acceden a la información y cómo los profesores brindan instrucción.

Ambiental: el macroentorno ambiental en la educación es importante considerar cómo estos factores externos pueden influir en el sistema educativo y cómo se puede aprovechar las oportunidades y superar los desafíos que presentan. Esto permitirá una adaptación eficiente y efectiva de las políticas y programas educativos para satisfacer las necesidades cambiantes de los estudiantes y la sociedad en general.

La preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad ha llevado a un mayor enfoque en la educación medioambiental. Los programas educativos pueden incluir contenido relacionado con el cambio climático, la conservación de los recursos naturales y la importancia de adoptar prácticas sostenibles.

Al realizar un análisis detallado del macroentorno, no solo busca adaptarse a los cambios en la industria educativa, sino también entender la movilidad internacional en todos los aspectos ya antes mencionados, como se pueden apreciar en la Tabla 1 Análisis de macroentorno.

Tabla 1.

Análisis del macroentorno.

FACTORES	ASPECTOS DE MOVILIDAD INTERNACIONAL
Político	° De acuerdo con <i>Passport Index</i> en 2020, el pasaporte mexicano se encuentra en el núm. 17 del ranking global, esto quiere decir que con él se puede viajar a 153 países sin trámite previo de visa.
	° El 57.6 % de los estudiantes mexicanos que viajan al extranjero lo hacen para estudiar una licenciatura, el 24.9 % una maestría y el 17.5 % otro tipo de estudios.
	° Creación y ampliación de aeropuertos en México para destinos globales.
	° Nuevos acuerdos y políticas internacionales, como lo son la facilidad de visas o permisos por motivos académicos.
Económico	° El Conacyt autorizó en el 2020 un pago de 5 millones 944 mil pesos, para becar a 71 estudiantes en el extranjero.
	° Los principales destinos a donde se elige ir a estudiar son: Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea.
Social	° El porcentaje de matrícula en la educación media superior en México es del 14.0 %.
	° El grupo de edad típico para cursar el nivel medio superior en México es entre 15 y 17 años.
	° La estadística de educación media superior en México del 2021 - 2022 en el sector Privado es del 15.5%.
Tecnológico	° Páginas digitales de escuelas en el extranjero con la información académica e intercambios.
	° Redes sociales donde se fomenta y promueven las ventajas y oportunidades de estudiar en otro país.
	° Opciones de estudiar en otro país de manera remota, aprendiendo de otras culturas sin salir del país.
	° Apariciones de nuevas tecnologías y aumento de inversiones en ellas.
Ambiental	° Fomento de responsabilidad social y ambiental.
	° Restricciones de licencia de construcciones, en lugares donde se puede afectar el medio ambiente y afectar el cambio climático.

Nota. *Tabla de elaboración propia basada en datos de* (Gobierno de México, 2023), (*Passportindex*, 2023) y (*Educatics*, 2024)

Derivado de lo antes expuesto, la movilidad internacional se presenta como un elemento importante para un mejor desarrollo educativo de los estudiantes. La intención es proporcionarles oportunidades de aprendizaje en un entorno global, permitiéndoles no solo adquirir conocimientos académicos, sino también vivir la experiencia enriquecedora de la interculturalidad.

Este enfoque se alinea con la misión de Preparatoria ITESO que como organización, que reconoce la importancia de la diversidad cultural en el proceso educativo.

Vivir la interculturalidad implica, además, expandir la visión de los estudiantes más allá de las fronteras nacionales, fomentando un entendimiento profundo y una apreciación de las diferencias culturales.

La internacionalización no solo se trata de adquirir conocimientos en un contexto global, sino también de cultivar habilidades interculturales y valores que son esenciales en un mundo cada vez más interconectado.

1.3. Descripción de la Problemática Percibida que Justifica la Intervención

Las experiencias académicas en Irlanda son un atractivo diferenciador de Preparatoria ITESO, puesto que es una oferta que se realiza para los futuros aspirantes. Durante el primer año de la experiencia académica en Irlanda, se contabilizó un total de 14 inscritos. Sin embargo, en el segundo año, se evidenció una notable disminución, con tan solo siete estudiantes matriculados, lo que representó una reducción del 50 %.

Simultáneamente, en el segundo año, se ampliaron las opciones de destinos para ofrecer nuevas experiencias académicas, destacándose lugares como Nueva York y Canadá. Esta expansión de destinos adicionales proporcionó a los estudiantes oportunidades para ampliar sus horizontes educativos y culturales. De esta manera, se consolidó la diversidad y calidad de las experiencias académicas disponibles.

De ahí surge la pregunta de la problemática: ¿Por qué existe una baja demanda de inscripción de estudiantes para las experiencias académicas en Irlanda, siendo este el destino principal de Preparatoria ITESO?

En un primer acercamiento se puede decir que la falta de demanda en dichas experiencias académicas estaría relacionada con diversas variables que podrían influir en la participación de los estudiantes, entre ellas:

- Desconocimiento de la oferta de experiencias académicas.
- Desinterés en la cultura y/o el idioma del destino.
- Preocupaciones de seguridad y/o financieros.

Dentro de la hipótesis de esta problemática, se busca lograr un incremento del 28 % a largo plazo en la matrícula de estudiantes participantes en experiencias académicas, donde se ofrece oportunidades de aprendizaje fuera del aula.

Se pretende que, a través de la promoción de estas experiencias, se pueda fomentar una mayor participación e interés por parte de los estudiantes hacia la educación y la institución escolar en su conjunto.

Al mostrar a los estudiantes que la educación no se limita al aula, se les puede inspirar a aprender más sobre el mundo que los rodea y a como la educación se relaciona con el mundo real.

En la hipótesis de este problema, se puede identificar que una de las causas, es la falta de posicionamiento de estas experiencias académicas dentro del mercado meta, que en este caso son los aspirantes y estudiantes de Preparatoria ITESO.

Así mismo, se observa un desaprovechamiento e inadecuada gestión de los canales de comunicación disponibles, entre los cuales se incluyen las redes sociales como Instagram y Facebook, entre otras.

Mediante un estudio que se realizó en el 2020, el segmento de mercado prefiere allegarse a la información mediante redes sociales como Instagram, Facebook, X o YouTube, como se observar en la Figura 2 “Uso de redes” (PREPA ITESO, 2021).

Figura 2.

Uso de redes.



Nota. Elaboración propia obtenida del perfil empresarial

En Preparatoria ITESO se ofrecen experiencias académicas de internacionalización, similares a las conocidas en la universidad como intercambios, mediante las cuales los estudiantes tienen la oportunidad de viajar por un período corto, que puede variar desde una semana hasta cuatro, para vivir una experiencia en el extranjero, ya sea en Europa, Estados Unidos o Canadá.

Con el objetivo de aumentar la participación de estudiantes en estas experiencias académicas y, por ende, mejorar el posicionamiento, se trabajará en colaboración con la Coordinación de Internacionalización de Preparatoria ITESO.

A pesar de que las experiencias académicas presentan un desafío en términos de tiempo para organizar la logística de los viajes, se ha observado que existen antecedentes, como el caso de Irlanda, y a nivel nacional, como en la Ciudad de México. Aunque la planificación puede ser

más ajustada debido a la reciente formalización de los convenios, se tiene la ventaja de contar con experiencias previas.

En este contexto, el objetivo principal es incrementar el número de participantes en las experiencias académicas. La experiencia acumulada con los viajes anteriores, tanto a nivel internacional como nacional, proporciona una base para abordar este desafío y trabajar en la optimización de la participación de los estudiantes en estas experiencias.

1.4. Delimitación y Área Funcional por Intervenir

Se intervendrá mediante una estrategia de Mercadotecnia enfocándose en la promoción para el posicionamiento de las experiencias académicas en Irlanda y la investigación del mercado meta.

Preparatoria ITESO cuenta con la disponibilidad de apoyar y brindar todos los datos necesarios para llevar a cabo toda la investigación necesaria para la implementación de este trabajo de intervención.

El enfoque del mercado meta estará compuesto principalmente por aspirantes interesados en ingresar a la institución debido a la oferta de vivir experiencias académicas, estudiantes activos de Preparatoria ITESO y finalmente los padres de familia.

Una vez que estos aspirantes se convierten en estudiantes de la institución, se lleva a cabo una investigación y análisis de la base de datos disponible. El objetivo es identificar, observar y analizar a aquellos estudiantes cuyo interés principal radica en estas experiencias.

Esta estrategia busca comprender a fondo cuántos estudiantes realmente participan en estas experiencias académicas internacionales una vez que forman parte de la institución. El resultado de este análisis de datos proporcionará información de utilidad para realizar ajustes y adaptaciones a la información que se brinda sobre estas propuestas a los alumnos, alineándolas de manera más precisa con las expectativas y preferencias del mercado meta identificado. Este enfoque estratégico tiene como finalidad no solo atraer a los aspirantes, sino también garantizar

una experiencia educativa y alineada con sus intereses y expectativas, una vez dentro de la institución.

Las áreas con las que se trabajará para poder obtener toda la información y posteriormente analizar y llevar a cabo las estrategias de implementación son:

- Coordinación de Internacionalización, para poder obtener la información de las experiencias académicas que se ofertarán, así mismo como las escuelas convenio con las que se estarán trabajando.
- Área de Comunicación, poder implementar estrategias de comunicación y promoción con todas las redes sociales con las que contamos y de igual manera obtener la información de cómo se está percibiendo el mensaje que se hace llegar a nuestro mercado meta.
- Área de Dirección, contar con la información de todos los estudiantes de Preparatoria ITESO a quien dirigiremos estas estrategias de promoción y nos interesa que tengan estas experiencias académicas.
- Área de Administración y Finanzas.

1.5. Validación de las Condiciones de la Intervención

Coordinación de Internacionalización, Dirección, Coordinación Académica, Admisión, estudiantes y padres de familia de Preparatoria ITESO, son los usuarios contactados para la intervención propuesta a través de este TOG, el cual se ha desarrollado durante los dos años del período de la maestría, aprovechando que se ha estado trabajando con estas áreas y se cuenta con la disponibilidad e información necesaria, además de ser un área de trabajo con bastante oportunidad de crecimiento en las experiencias académicas en Irlanda.

Fruto de esta interacción, en la Tabla 2 “Explicación de experiencia del usuario” se muestra el proceso mediante el cual el cliente percibe y recibe la información relacionada con las experiencias académicas.

Tabla 2.

Explicación de experiencia del usuario.

	Conciencia	Consideración	Decisión	Servicio	Lealtad
Acciones del cliente	El cliente quiere tener una experiencia de viaje académico.	Busca programas que ofrezca la institución.	Seguimiento de la compra.	Antes y durante el viaje.	Seguimiento posventa.
Puntos de contacto	Ofrece información mediante correos y sesiones informativas.	Envía correos electrónicos o mensajes por WhatsApp.	En caso de obtener el viaje, se brinda mayor información de los procesos de pago.	Durante todo el viaje, la coordinadora acompaña a los estudiantes y se mantiene en contacto con los padres de familia.	Mensajes por WhatsApp.
Experiencia del cliente	Regular.	Positiva.	Regular.	Positiva.	Positiva.
Frustraciones	El cliente busca la información, pero no la recibe en tiempo y forma	Existe solo una persona encargada de estos viajes y no brinda el servicio esperado para todos.	No se brinda el seguimiento adecuado.	No se da con tiempo la información sobre el costo del viaje.	No se tiene una comunicación con el cliente después de su experiencia con el viaje.
Soluciones	Crear una estrategia de promoción para brindar la información, aprovechando todos los canales de comunicación.	Contratar más personal para una mejor logística en los viajes, promoción y comunicación.	Tener contacto con el cliente en todo momento que lo necesite.	Atención personalizada	Tener contacto con el cliente para conocer su experiencia del viaje y detectar áreas de mejora.

Nota. Elaboración propia. Esta tabla muestra paso por paso la experiencia del usuario.

La finalidad principal que se busca en la realización del proyecto de intervención es implementar una estrategia de mercadotecnia para obtener el posicionamiento esperado en la experiencia académica en Irlanda con la expectativa de obtener crecimiento de estudiantes inscritos.

1.6. Diagnóstico Preliminar: Primera Hipótesis

Con la finalidad de realizar un análisis de las experiencias académicas en Preparatoria ITESO, se ha utilizado el método de los por qué como se muestra en la Tabla 3, mediante la cual se han podido identificar los motivos relevantes por los cuales sería necesario posicionar la experiencia académica en Irlanda y así plantear una estrategia de mercadotecnia que pudiera darle un diferenciador a esta experiencia académica y a su vez contribuya en el aumento del número de inscripciones.

Tabla 3.

Método de los por qué.

W1	W2	W3	W4	W5
Por qué el cliente no percibe toda la información de los viajes académicos.	Por qué la percepción del mensaje que se hace llegar no es el esperado para el cliente final.	Por qué la información que se comparte es solo por sesiones virtuales o correo electrónico.	Por qué existe falta de comunicación.	Por qué no se aprovechan todos los canales de comunicación (redes sociales).
Por qué los viajes que se ofertan están muy seguidos uno del otro.	Por qué no existe una logística adecuada en tiempo y forma para los viajes.	Por qué al contar con poco tiempo de organización el costo final es un poco elevado.	Por qué no se cuenta con un proveedor en particular que nos apoye con precios accesibles para estos grupos.	Por qué no existe un proceso alineado a la organización de estos viajes.
Por qué no todo el personal cuenta con la información para poderla compartir.	Por qué solo una persona está encargada de todo el proceso de estos viajes.	Por qué se necesita más personal capacitado para estos procesos.	Por qué no existe capacitación para estos procesos.	Por qué no existe una estructura para todo este proceso.
Por qué no se conoce el mercado meta para estos viajes académicos.	Por qué no se han realizado estudios de mercado y/o encuestas para conocer a nuestro mercado.	Por qué no existe un seguimiento con los clientes respecto a su experiencia.	Por qué el departamento no cuenta con el registro de esta información.	Por qué no existe un proceso alineado a una estrategia de mercadotecnia.

Nota. Elaboración propia. Esta tabla muestra las razones necesarias para posicionar las experiencias académicas.

Actualmente las experiencias académicas en Irlanda no cuentan con el adecuado posicionamiento, por lo que se plantea diseñar una estrategia de mercadotecnia para obtener mejores resultados al ofertar dichas experiencias.

1.7. Objetivos de la Intervención

- Crear estrategias de mercadotecnia para el posicionamiento de las experiencias académicas en Irlanda.
- Realizar una investigación de mercado para identificar el mercado meta.

1.8. Relevancia y Pertinencia del Trabajo

La relevancia y pertinencia de la intervención de este trabajo, busca posicionar las experiencias académicas en Irlanda y definir claramente su mercado meta.

Identificar el mercado meta no solo proporcionaría una comprensión más profunda de las preferencias y expectativas de los estudiantes, sino que también permite diseñar estrategias específicas de promoción y desarrollo de programas, que se alineen de manera óptima con las necesidades y aspiraciones de dicho mercado.

En última instancia, la relevancia de este trabajo radica en su capacidad para potenciar la visibilidad y atractivo de las experiencias académicas en Irlanda, así como para establecer una conexión entre la oferta educativa y las expectativas de los potenciales participantes, contribuyendo así al éxito y sostenibilidad de las experiencias académicas ofrecidas en ese destino.

Capítulo 2. Marco Conceptual de Referencia

El marco conceptual de referencia del capítulo dos explora los fundamentos teóricos que sustentan la intervención de mercadotecnia para las experiencias académicas en Irlanda de la Preparatoria ITESO. Parte del modelo educativo tradicional y su evolución hacia enfoques más activos y centrados en el estudiante, como la ruta pedagógica 2030, que enfatiza la autonomía, el aprendizaje basado en proyectos y la flexibilidad metodológica. Se analiza la importancia de

la educación jesuita y su enfoque en la formación integral, el compromiso social y la interculturalidad, vinculándola con la propuesta de experiencias internacionales.

Asimismo, se define la mercadotecnia educativa y su papel en la comunicación efectiva de la oferta académica, incluyendo estrategias de posicionamiento, segmentación de mercado y comunicación. Se exploran conceptos como institución, interculturalidad, modelo educativo, educación jesuita, mercadotecnia educativa, estrategia, segmentación, posicionamiento y comunicación, para contextualizar la intervención y establecer una base teórica sólida para el diagnóstico y las estrategias posteriores.

2.1. Estado de la Cuestión

Para la estrategia de posicionamiento que se busca implementar en las experiencias académicas en Irlanda de la Preparatoria ITESO, se abordan diferentes conceptos, como el modelo educativo tradicional, la educación y la educación intercultural como base para la formación de ciudadanos globales. Se explora la teoría sociocultural de Vygotski sobre el aprendizaje, el modelo educativo de la Preparatoria ITESO con sus cuatro principios (*Humanitas, Utilitas, Iustitia y Fides*) y la importancia del compromiso social.

También se define la mercadotecnia educativa, la estrategia de posicionamiento, la segmentación de mercado y la comunicación como herramientas clave para conectar con el mercado meta.

Finalmente, se realiza un análisis de referencia para el cambio, destacando la necesidad de la intervención para mejorar la comunicación, percepción y posicionamiento de las experiencias académicas, con el objetivo de aumentar la matrícula de inscripciones.

Modelo Educativo Tradicional

El modelo educativo tradicional se ha utilizado durante muchos años en la enseñanza y se caracteriza por una clara división de roles entre el profesor y el estudiante, en el que este último desempeña un papel pasivo en el proceso de aprendizaje, ya que su principal función es

recibir la información que el profesor presenta en clase. El énfasis recae en la trasmisión de conocimientos por parte del docente, quien asume el papel de experto en la materia. (Rovira Salvador, 2018).

Este enfoque educativo tradicional ha existido durante mucho tiempo; ha sobresalido debido a la simplicidad de su implementación y su capacidad de estandarizar la transmisión y enseñanza de conocimientos.

De ahí que el primer gran avance en la educación fue el establecimiento de unas instituciones específicamente dedicadas a transmitir a las nuevas generaciones el conocimiento que había alcanzado las generaciones anteriores, como lo señala Deval (2007) “Frente a los restantes animales que aprenden a través de su experiencia, e incluso por imitación de sus congéneres, los seres humanos somos capaces de enseñar, y esto sólo se produce en nuestra especie” (Deval, 2007).

El enfoque de la educación se centra en la preparación de ciudadanos con capacidad de participar de manera activa en una sociedad democrática.

Educación Intercultural

La educación, no solo se limita a transmitir conocimientos, sino que también busca fomentar valores, habilidades y un sentido de responsabilidad cívica. Su objetivo es moldear a individuos capaces de comprender, respetar y participar en los procesos democráticos, contribuyendo así al funcionamiento saludable de la sociedad en su conjunto, según lo indica (Deval, 2007).

De acuerdo con la pedagogía de Freire (1997), propone un enfoque crítico del mundo que no nos sume en la desesperanza, sino que nos capacita para identificar las resistencias, las vías para superar obstáculos y las posibilidades continuas que como seres humanos tenemos para reconstruir nuestras vidas (Darder, pág. 34).

En comprensión con su obra, se identifica un enfoque pedagógico en relación con la educación intercultural, donde el modelo de educación sea abierto a la diversidad cultural y los estudiantes puedan formarse como ciudadanos dispuestos a transformar el mundo.

Una forma enriquecedora para promover la educación intercultural es a través de las experiencias vividas en viajes académicos en otros países. Viajar se presenta como un elemento esencial en el proceso de crecimiento personal en los estudiantes, ya que se integra de manera directa en el desarrollo individual, educativo y, en última instancia, tendría un impacto significativo en la futura carrera profesional. Un viaje de estudio facilita el desarrollo de ciertas habilidades a un nivel profundo y enriquecedor de lo que logra en la rutina diaria (Sánchez Luna, S/F), tales como:

- El autoconocimiento: implica una comprensión profunda de nuestra propia identidad, que abarca el reconocimiento y entendimiento de las emociones, fallos, virtudes y desafíos en diversas situaciones.
- La madurez: representa la tapa de crecimiento psicosocial en la vida de una persona, caracterizada por su capacidad de adaptarse al entorno social, mostrar empatía y ejercer la autorreflexión y el autocontrol.
- El desarrollo de habilidades sociales: es el proceso de adquirir y poner en práctica las habilidades sociales necesarias para establecer relaciones efectivas y satisfactorias con las demás personas.
- Los conocimientos interculturales: apreciar la pertenecía a la comunidad, derecho a expresar, visión de otras culturas y comunicación.

Ruta Pedagógica 2030

La ruta pedagógica 2030 es un modelo educativo que busca que el estudiante sea el líder de su propio proceso de aprendizaje, teniendo la oportunidad de cultivar y aplicar los valores que se consideran esenciales para guiar la vida en la comunidad y promover la formación ciudadana.

Su objetivo principal es mejorar el plan de estudio de manera que sea más accesible, adaptable y fomente enfoques de enseñanza participativos (Herrera Pavo, Espinosa Rodríguez, & Orellana Navarrete, 2021).

Este nuevo modelo educativo tiene como objetivo fomentar la autonomía y permitir ajustes en la cantidad y calidad de ayuda ofrecida a los estudiantes.

- Metodologías basadas en la indagación: el propósito es promover la liberación del estudiante al fomentar una combinación de independencia y responsabilidad. Esto implica que los estudiantes desempeñen un papel activo en su proceso de aprendizaje, al mismo tiempo que se les exige ser responsables de su propio progreso.
- Aprendizaje basado en proyectos: los estudiantes son protagonistas de su proceso de aprendizaje, lo que les posibilita reconocer y emplear sus distintos métodos de aprendizaje y destreza personales.
- Aula invertida: consiste en delegar la responsabilidad de adquirir el conocimiento al estudiante, al tiempo que el profesor toma la responsabilidad de organizar su enseñanza.
- Aprendizaje experiencial: es un proceso que se transforma a medida que se reflexiona y se ajusta con cada experiencia nueva.
- Flexibilidad metodológica: reconocer y alentar la aplicación del aprendizaje en situaciones reales, con un enfoque en involucrar a la comunidad en la educación.
- Formación complementaria: las actividades extracurriculares que las instituciones educativas ofrecen tienen como objetivo completar la educación en las aulas y proporcionar espacios adicionales para el aprendizaje y la interacción.

Estas actividades conllevan beneficios tanto físicos como académicos, además de fomentar el desarrollo social.

2.2. Conceptos y Enfoques Teóricos Relacionados

En este apartado se exploran conceptos teóricos que sustentan la intervención propuesta para mejorar el posicionamiento de las experiencias académicas en Irlanda de Preparatoria ITESO.

Se parte de la definición de institución contextualizándola en el caso de Preparatoria ITESO y su modelo educativo, arraigado en la tradición jesuita y enfocado en la formación integral del estudiante.

La interculturalidad se presenta como un desafío y oportunidad para la educación, destacando la importancia de promover la comprensión y el respeto a la diversidad cultural. Se introduce la mercadotecnia educativa como herramienta para comunicar el valor de las experiencias académicas, incluyendo la estrategia de posicionamiento y la segmentación de mercado para identificar y conectar con el mercado meta (Porter, 2008, pág. 8).

Institución

Preparatoria ITESO, como institución educativa, se caracteriza por mantener una profunda conexión con costumbres y normativas, lo cual se fundamenta en su arraigado legado Jesuita con más de 450 años de historia. En acuerdo con las ideas del sociólogo François Dubet:

Se llama institución a las organizaciones, las costumbres, los hábitos, las reglas del mercado, las religiones. Las instituciones entonces son maneras de ser, objetos, maneras de pensar y, por último, toda la vida social puede remitir a un conjunto de instituciones (Dubet, 2006, pág. 14).

Por lo tanto, Preparatoria ITESO es una Institución educativa que presta servicios y que se esfuerza por inculcar a los estudiantes una conciencia sobre la importancia de la responsabilidad social de su papel como ciudadanos, a través de un enfoque educativo que promueve cuatro principios:

- *Humanitas*: promover la capacidad de las personas para: comprender, valorar, comunicar y cultivar sus emociones.

- *Utilitas*: formar individuos con la habilidad de comprender, construir, deconstruir y construir significados, respuestas y soluciones para abordar los desafíos de su entorno.
- *Iustitia*: sensibilidad y compromiso con el mundo.
- *Fides*: espíritu de fe y sentido de trascendencia.

Estos cuatro principios reflejan la tradición educativa de la Compañía de Jesús y su adaptación a las necesidades y desafíos actuales, los cuales van orientados a la tradición educativa jesuita desde hace siglos.

Modelo Educativo

“Un modelo educativo es un conjunto de normas establecidas que guían el proceso de enseñanza y aprendizaje” (Pérez Porto & Gardey, 2008, pág. 23). El modelo educativo de Preparatoria ITESO se centra en la innovación, el proceso de aprendizaje y la creatividad para entender las demandas del mundo.

Este enfoque se alinea con los cuatro principios fundamentales del modelo educativo: *Humanitas, Utilitas, Iustitia y Fides*, que son la base desde la cual se establecen los fundamentos que dirigen las acciones educativas de Preparatoria ITESO.

Interculturalidad

Uno de los desafíos actuales en la educación es la interculturalidad, ya que de la mano con la tradición jesuita se fomenta la habilidad de las personas para: entender, apreciar, expresar y nutrir sus emociones, haciéndolo a través del descubrimiento de nuevas culturas.

El antropólogo alemán Günter Dietz, nos dice que: “una educación intercultural es una educación más democrática e igualitaria en una sociedad más justa y solidaria” (Dietz, 2012, pág. 18). Y este es una de las razones por la que Preparatoria ITESO busca promover la creación de lugares donde los estudiantes se puedan expresar, comprender y comunicar diversas expresiones culturales tanto dentro como fuera de la institución.

El enfoque educativo de Preparatoria ITESO se centra en la inclusión de las personas, donde se busca que se aprecien las diferentes: condiciones, identidades, habilidades y creencias de cada estudiante.

Lo anterior se vincula con las ideas que presenta el antropólogo británico, Edwar Tylor, donde menciona que: “La cultura, es todo complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, costumbres, y todas las demás capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”. (Tylor, 1871, pág. 8)

Los estudiantes de Preparatoria ITESO son asistidos en una formación de una sociedad intercultural que se enriquece a través de la diversidad, por lo que desde la coordinación académica de internacionalización se promueven experiencias internacionales de intercambio académico y cultural.

Las experiencias académicas de Preparatoria ITESO, conlleva a una serie de beneficios para los estudiantes, que abarca desde el ámbito académico como el social. Incluyendo una apertura de nuevas culturas que promueve la comprensión intercultural y el respeto por la diversidad global.

Los beneficios que conllevan estas experiencias son:

- Estimular la participación de los estudiantes en programas de intercambio académico y cultural, con el propósito de enriquecer la educación de ciudadanos globales.
- Facilitar el dialogo.
- Comprensión de diversidad, promoviendo la visión inclusiva y respetuosa.
- Fomentar el compromiso de los estudiantes en la defensa de la vida y dignidad de todas las personas y culturas.

Estos beneficios enriquecen la formación de los estudiantes con una perspectiva intercultural, capaces de comprender y respetar la diversidad cultural, y comprometidos con los valores de igualdad y dignidad.

Educación Sociocultural

Dentro de la teoría sociocultural del psicólogo ruso Lev Vygotski (1979), “la educación se fundamenta en el aprendizaje sociocultural, que se nutre de la interacción con el entorno y con personas más experimentadas” (Lantolf & Poehner, 2014, pág. 8).

Por lo tanto, en la educación en Preparatoria ITESO se orienta hacia la formación de individuos conscientes y responsables en sus acciones, tanto hacia sí mismos como hacia los demás y su entorno. Esto se vincula con las ideas del psicólogo ruso Lev Vygotski (1979), quien menciona que: “cada progreso del desarrollo personal comienza en la interacción social, antes de transformarse en pensamiento individual”. (Lantolf & Poehner, 2014, pág. 208).

Esto significa que la educación democrática está basada en respeto y la preservación de la dignidad de todas las personas, así como en el desarrollo de competencias comunicativas en otros idiomas y experiencias académicas.

En conclusión, un sistema de apoyo educativo se puede fortalecer en las habilidades y para adquirir nuevas competencias, a través de la interacción social, ya que el individuo logra desarrollar autonomía e independencia, además de un aprendizaje significativo.

Educación Jesuita

La educación Jesuita en Preparatoria ITESO se distingue, entre otras cosas, por su compromiso en fomentar en las personas: la imaginación, la creatividad, el análisis crítico y la empatía hacia aquellos que se encuentran excluidos en el mundo, su agencia para el compromiso social y la intervención en la opinión pública como vías para construcción de una sociedad más justa.

De acuerdo con la misión de la educación jesuita:

El ITESO es una universidad de inspiración cristiana confiada a la Compañía de Jesús, que tiene como misión: formar profesionales competentes, libres y comprometidos, ampliar las fronteras del conocimiento y la cultura. Todo ello encaminado a la construcción de una sociedad más justa y humana (ITESO, 2003).

Es por eso por lo que de acuerdo con la misión de Preparatoria ITESO, se busca forjar individuos capacitados para el diálogo, la resolución de conflictos y la generación de soluciones en un contexto multicultural. Fomentar una mentalidad proactiva que les permita ver los desafíos como las oportunidades para el cambio positivo y la mejora.

Compromiso Social

El sociólogo alemán Max Weber (1922), habla sobre la sociología, definiéndola como una “ciencia que se esfuerza por comprender, interpretar y explicar la acción social” (Páez Díaz de León, 2001).

El modelo educativo de Preparatoria ITESO tiene como base la impartición de talleres de liderazgo Ignaciano donde se fomenta un compromiso social. Además, se brindan asignaturas tecnológicas para la construcción de soluciones a desafíos en los ámbitos sociales, políticos y ambientales.

Otras asignaturas que vale mencionar son:

- Identidad, Alteridad y Ciudadanía Global: tiene como principio el conocimiento profundo de la persona y su integración en una comunidad, desde la inclusión. El valor de la diversidad y la solidaridad.
- Análisis de la Realidad, Discernimiento y Ciudadanía Global: busca la contemplación esperanzada de la realidad personal, social, económica y política del país y del mundo.
- Cuidado de la casa común y Ciudadanía Global: busca la formación en el compromiso activo con el cuidado del ambiente y de la comunidad, local y globalmente.

También se puede observar en la teoría sociocultural de Lev Vygotski (1979), que la importancia de la interacción social para el proceso del aprendizaje es de ayuda al desarrollo, aprendizaje y fortalece habilidades. (Lantolf & Poehner, 2014)

De este modo, a través de las experiencias académicas en el extranjero, se fortalece el compromiso social de los estudiantes al tener la oportunidad de familiarizarse con diferentes culturas.

Mercadotecnia educativa

Dentro de la mercadotecnia existe una rama en la educación cuya función, nos dice Rosario Peiró, “pretende comunicar de manera efectiva al público, las iniciativas y enfoques que se están implementando en las instituciones educativas. Esto permite que las instituciones educativas puedan establecer una conexión sólida con su audiencia y destacar sus fortalezas en el sector educativo”. (Peiró, 2010).

Preparatoria ITESO, en colaboración con la coordinación de internacionalización, busca transmitir de manera eficaz a su mercado meta los beneficios que las experiencias académicas aportan a los estudiantes al brindarles esta oportunidad.

La mercadotecnia educativa dispone de un proceso de diseño “el cual asiste en la formulación de estrategias para comunicar el mensaje final al mercado meta” (Llorente Alonso, 2019, pág. 33), el cual se puede visualizar en la Figura 3 “Proceso de diseño de mercadotecnia educativa”.

Figura 3.

Proceso de diseño de mercadotecnia educativa.



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos de (Llorente Alonso, 2019)

- Problemas: puede ser de cualquier tipo, y será detectada por diferentes canales: estudiantes, familias, profesores, etc.
- Preguntas: pueden ser preguntas abiertas o cerradas, que nos permitan identificar el origen del problema.
- Origen del problema: existen tres categorías, producto o servicio, personas y proceso.
- Tesis: definir la solución, emoción deseada y la idea del proyecto.
- Solución al problema: proporcionar una alternativa al problema inicial, involucrando a los usuarios en la creación de su propia experiencia.
- Emoción deseada: se evalúa los sentimientos que se buscan generar en el alumno, se analiza el tipo de recuerdo que sus emociones podrían formar y las consecuencias positivas que surgirían de los recuerdos.
- Idea o proyecto: cómo se solucionará el origen del problema teniendo en cuenta las emociones deseadas.
- Experiencia del usuario: esta se diseñará teniendo en cuenta los sentimientos, participación, difusión y pasos a seguir.
- Difusión: crear una campaña atractiva y participativa.
- Medición: indicadores para valorar la experiencia mediante: encuestas, participación, etc.

Por ello, es importante para las experiencias académicas de Preparatoria ITESO realizar un diseño de mercadotecnia educativa, esto con el fin de detectar las oportunidades, fortalezas, amenazas y oportunidades.

Comenzamos por lo tanto con que el proceso de identificar las necesidades y deseos del mercado objetivo es fundamental para la creación de una estrategia de posicionamiento y proporcionar el contenido apropiado.

Una efectiva estrategia de mercadotecnia permite fidelizar a los estudiantes y ganarse la confianza de los padres de familia. Es importante recordar que un individuo satisfecho puede

transformarse en un defensor entusiasta de la marca, y en este contexto, el sentimiento de pertenencia a la institución marca una notable diferencia (Sampaolesi, 2021).

Estrategia de Posicionamiento

Una estrategia de posicionamiento para las experiencias académicas internacionales de Preparatoria ITESO, implica definir la percepción que se desea atribuir mediante las necesidades y deseos del usuario final, de manera que nuestro mercado objetivo pueda comprender y valorar las ventajas de dichas experiencias con un buen posicionamiento. “La estrategia es un plan que define como una organización utilizará sus ventajas y capacidades para satisfacer las necesidades del mercado objetivo” (O.C & Michel D., 2012).

Al implementar una estrategia de posicionamiento de las experiencias académicas en el extranjero, desempeñara un papel fundamental en el objetivo de ocupar un lugar destacado en la mente del mercado objetivo.

De acuerdo con el economista y especialista en mercadeo, Philip Kotler: “El posicionamiento es el lugar que el producto ocupa en la mente del consumidor, en relación con los otros productos de la competencia”. (Kotler, 1999, pág. 14).

El proceso de desarrollo del posicionamiento está dividido en tres elementos: “Definición de mercado, Público objetivo y Plan de mercadotecnia” (Ibañez & Manzano, 2008, pág. 8), que observan en la Figura 4 de “Desarrollo del posicionamiento”.

Figura 4.

Desarrollo del posicionamiento.



- **Qué** vendemos.
- **A quién** se lo vendemos.
- **Diferenciación**

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos de (Ibañez & Manzano, 2008, pág. 8)

Esta estrategia permitirá definir y comunicar de manera efectiva la propuesta de valor, resaltando las ventajas y diferenciadores que se ofrecen en comparación con otras opciones.

Segmentación de Mercado

En el libro de Fundamentos de mercadotecnia de Miguel Santesmases y otros autores, se señala que “la segmentación de mercado se fundamenta en la idea de que los consumidores son diversos, ya sea en sus necesidades o en sus características” (Miguel Santesmases, 2014, pág. 21).

Realizar una segmentación de mercado, les permitirá a las experiencias académicas en Irlanda de Preparatoria ITESO, comprender mejor las necesidades y deseos de los usuarios. Al conocer las necesidades de mercado se pueden diseñar estrategias de mercadotecnia más efectivas, tanto para los usuarios como para la institución. “La segmentación de mercado desempeña un papel fundamental en la toma de decisiones estratégicas. Proporciona la información necesaria para seleccionar la alternativa más apropiada y, en consecuencia, aumenta significativamente las posibilidades de éxito” (Miguel Santesmases, 2014, pág. 48).

De ahí que con la segmentación de mercado se facilitaría la identificación de las características del mercado meta, con lo que se llegaría a una comprensión profunda del

mercado al cual se dirigirán las estrategias. En la Tabla 4 “Criterios de segmentación de mercado”, se podrán observar los criterios al realizar una segmentación de mercado:

Tabla 4.

Criterios de segmentación de mercado.

CRITERIOS	GENERALES	ESPECÍFICOS
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Demográficos: sexo, edad, etc. • Sociodemográficos: ingresos, ocupación, etc. • Geográficos: entorno, idioma, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura de consumo • Situación de compra • Tipos de compra • Interés del producto / servicio.
Subjetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Personalidad. • Estilos de vida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ventajas / beneficios buscados • Actitudes • Percepciones • Preferencias.

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos de (Miguel Santesmases, 2014, pág. 52)

La segmentación de mercado es un factor clave para realizar una estrategia de posicionamiento, por lo cual es importante conocer al mercado meta para:

- Descubrir las necesidades y preferencias del consumidor.
- Conectar con valores y percepciones.
- Conectar con los usuarios.
- Agregar valor.
- Reforzar cualidades diferenciadoras.
- Destacar ventajas y beneficios.

Comunicación

La manera en que se comunica el mensaje al usuario final en el contexto de las experiencias académicas de Preparatoria ITESO, a menudo carece de una comunicación eficaz, lo que dificulta la transmisión del mensaje de manera positiva. De acuerdo con los autores de Estrategias y técnicas de la comunicación:

La comunicación ayuda a las empresas y organizaciones a mostrar lo que son y lo que pretenden, y contribuye a construir tanto la imagen de la marca corporativa como la de los productos y/o servicios. Con ello se facilita su aceptación y se favorece la adopción de actitudes y comportamientos favorables hacia la empresa y sus productos o servicios (Rodríguez Ardua, y otros, 2007, pág. 33).

La idea de hacer una buena comunicación en el mensaje para las experiencias académicas, no es vender sino demostrar cómo se puede enriquecer personalmente fruto del impacto que tendría al vivir dichas experiencias. La Tabla 5 “Definición de variables”, muestra un resumen de los conceptos y sus definiciones de la investigación del marco teórico.

Tabla 5.

Definición de variables.

CONCEPTO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	AUTOR
Institución	"Se llama institución a las organizaciones, las costumbres, los hábitos, las reglas del mercado, las religiones".	Dubet, Francois. (2006).
Interculturalidad	"Se refiere a la presencia e interacción equitativa de diversas culturas y a la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas, a través de diálogos y del respeto mutuo"	UNESCO.
Educación	"Procede del término latino educare, cuyo significado es: criar, alimentar o instruir. La educación es un proceso intencional al perfeccionamiento del individuo como persona y la inserción de éste, en el mundo cultural y social".	Paidicán Soto, Miguel Ángel. (2010)
Educación Jesuita	"La educación Jesuita está enraizada en la visión espiritual y la experiencia de San Ignacio de Loyola y lo que esa experiencia puede decir a nuestro contexto actual"	www.jesuit.org
Social	"Social alude a lo perteneciente o lo relativo a la sociedad que son un grupo de personas que comparten una misma cultura que interactúan entre sí para conformar una comunidad"	Weber, Max. (1922)
Mercadotecnia educativa	"Proceso de investigación de necesidades sociales tendiente a desarrollar y llevar a cabo productos educativos"	Llorente Alonso, Carlos. (S/N)
Estrategia	"Una estrategia describe el plan de juego de la organización para lograr el éxito"	O.C. Ferrel; Michel D. Heartline. (2012).

CONCEPTO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	AUTOR
Segmentación de mercado	"La segmentación es un proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa."	Santesmases Miguel, Valderrey Francisco Javier, Sánchez Adriana del Carmen. (2014)
Posicionamiento	"El posicionamiento se define como el acto de diseñar la oferta e imagen de una empresa con el fin de ocupar una posición diferente en la mente de consumidor. Para expresarlo más directamente: el posicionamiento consiste en desarrollar una propuesta única de valor para un segmento de consumidores".	Ibañez, José Luis; Manzano, Roberto. (2008).
Comunicación	"La comunicación es una variable, un instrumento del que sirve el marketing para que la organización entre en relación con su mercado y otros públicos relacionados e influya en la concepción que estos formaran sobre su oferta de valor"	Rodríguez Ardua, Inma; Bigné Alcañiz, J. Enrique; Kuster Boluna, Inés; Del Barrio García, Salvador; Sánchez Franco, Manuel Jesús; Suárez Vázquez, Ana. (2007)
Promoción	"La promoción es un proceso de comunicación masivo que tiene como fin informar, persuadir e incidir en las personas para que compren"	Conrad Levinson, Jay.

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

2.3. Análisis de Referencia para el Cambio

Ante la situación que las experiencias académicas que Preparatoria ITESO ha enfrentado desde el 2022, caracterizada por la escasez de un posicionamiento y, por ende, en número de estudiantes inscritos, surge la necesidad de emprender un proyecto de intervención.

El propósito principal de este proyecto es desarrollar una estrategia en el ámbito de mercadotecnia en la educación y posicionamiento, los cuales son esenciales para comunicar los valores y las ventajas al mercado meta de las experiencias académicas de Preparatoria ITESO.

Al realizar una investigación de segmentación de mercado, permitirá identificar quien es el mercado meta y posterior a ello, realizar otra investigación, pero con los estudiantes que ya han vivido estas experiencias académicas e identificar las necesidades y preferencias del público. Esto permitirá a la institución diseñar estrategias más efectivas y adaptadas a la demanda de los estudiantes y sus familias.

El objetivo de crear una estrategia de posicionamiento en esta intervención debe ir en línea con los valores y principios de la educación jesuita, que han sido la base de la educación de Preparatoria ITESO a lo largo del tiempo. Esto demuestra un compromiso duradero con la formación integral de los estudiantes.

La educación es el núcleo de la misión de Preparatoria ITESO, lo cual por medio de la intervención se puede explorar como las experiencias académicas abordan la educación como un proceso de aprendizaje que cultiva habilidades y valores en los estudiantes, mediante la interacción social y la interculturalidad.

El enfoque de la responsabilidad social de Preparatoria ITESO se esfuerza por desarrollar ciudadanos conscientes y comprometidos, que comprendan su papel en la sociedad y busquen un impacto positivo en ella.

La interculturalidad subraya el compromiso de Preparatoria ITESO con la diversidad cultural y la promoción del entendimiento entre distintas culturas, esto enriquece y amplía la experiencia educativa de los estudiantes, preparándolos para un mundo globalizado.

La mercadotecnia educativa, apoyará en la construcción del posicionamiento de las experiencias educativas de Preparatoria ITESO, comunicando valores y destacando las ventajas. La clave está en transmitir de manera convincente cómo estas experiencias académicas, no solo cumplen con los estándares educativos, sino que también ofrecen un valor añadido que las distingue.

A través de una comunicación estratégica y una comprensión de las necesidades y deseos del mercado meta, una estrategia de mercadotecnia educativa puede lograr que las experiencias académicas sean reconocidas, apreciadas y deseadas por los estudiantes y sus familias.

Por lo tanto, una estrategia en mercadotecnia educativa dentro del posicionamiento de dichas experiencias no solo beneficiará a Preparatoria ITESO, sino que también impulsa el desarrollo de los estudiantes preparados para prosperar en un mundo cada vez más competitivo

y dinámico. Lo anterior permitirá alcanzar al público objetivo y, como resultado, aumentar la cantidad de inscripciones en las experiencias académicas de Preparatoria ITESO.

Capítulo 3. Diagnóstico Profundo: Marco de Referencia y Estrategia de Intervención

El diagnóstico y la estrategia de intervención describe mejorar la participación de las experiencias académicas en Irlanda de Preparatoria ITESO. Se plantea una estrategia en la mejora de la comunicación, percepción y posicionamiento. Se recopilará información cualitativa a través de encuestas y cuantitativas a través de entrevistas y *focus groups* con estudiantes y coordinadores de área, enfocándose en temas como la educación jesuita, la interculturalidad, la mercadotecnia en la educación y el posicionamiento.

La intervención se estructurará en cuatro fases: análisis de mercado, posicionamiento deseado, planificación de actividades y evaluación. Se buscará identificar las necesidades y preferencias del mercado meta para adaptar la oferta y aumentar la matrícula de inscripción, utilizando métricas para evaluar el éxito de la estrategia.

3.1. Definición de la Estrategia de Intervención, Selección de las Herramientas Requeridas y el Cronograma del Diagnóstico Profundo

La estrategia de intervención se encuentra orientada hacia la mejora de la comunicación, percepción y posicionamiento en las experiencias académicas de Preparatoria ITESO. Su objetivo es transmitir de manera efectiva los beneficios educativos asociados a estas experiencias, con la finalidad de incentivar la inscripción en dichos programas. Se pretende establecer un enfoque claro y atractivo que destaque las ventajas educativas, propiciando así un mayor interés y participación por parte de los estudiantes.

En este proceso, se investigará los conceptos previamente estudiados en el marco teórico:

- Institución

- Interculturalidad
- Educación
- Educación jesuita
- Social
- Mercadotecnia en la educación
- Estrategia
- Posicionamiento
- Segmentación de mercado
- Comunicación

En un estudio realizado por el Mtro. Gerardo Sánchez Luna, académico de la UPAEP en Puebla, México, destaca que “un viaje de estudio puede proporcionar experiencias de aprendizaje que superan incluso las obtenidas dentro de un aula. Dichas experiencias incluyen el desarrollo de madurez, autoconocimiento, adquisición de habilidades sociales y conocimientos interculturales” (Sánchez Luna, S/F). Este enfoque conduce a la conclusión de que los resultados esperados serán cualitativos, ya que el objetivo es comprender e interpretar la experiencia personal de cada estudiante con el fin de rescatar los aspectos más significativos de su aprendizaje.

Esta investigación se llevará a cabo mediante un paradigma interpretativo, siguiendo el esquema de la Tabla 6 “Paradigma interpretativo”, que se basa en la teoría social, centrándose en comprender y dar sentido a las experiencias desde la perspectiva de los estudiantes involucrados, reconociendo la importancia de las interpretaciones y significados.

Tabla 6.

Paradigma interpretativo.

PARADIGMA	INTERÉS	ONTOLOGÍA	RELACIÓN SUJETO / OBJETO	PROPÓSITO GENERALIZACIÓN	EXPLICACIÓN CAUSALIDAD	ROL DE LOS VALORES
Interpretativo	¿Por qué van o no van los estudiantes?	Entrevistas, observaciones de los participantes y análisis.	¿Por qué quiere ir al viaje?	Limitado por el contexto, situado en la interculturalidad y el tiempo, con duración de diferentes semanas.	Entrevistas, observación de los participantes, análisis de contenido y <i>focus group</i> .	Estos influyen en la solución del problema de la teoría, método y análisis.

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

En colaboración con actores clave, como coordinadores de área, estudiantes y familia, quienes proporcionarían datos valiosos para recabar toda la información necesaria durante el recorrido para la estrategia que se llevaría a cabo de acuerdo con los temas, los actores clave la justificación y las herramientas señaladas en la Tabla 7 “Unidad de análisis”.

Tabla 7.

Unidad de análisis.

TEMA	ACTORES CLAVE	JUSTIFICACIÓN	HERRAMIENTAS
Educación	*Coordinador Académico de Preparatoria ITESO	Recopilar información detallada sobre la educación de Preparatoria ITESO.	Entrevista
Educación Jesuita	*Coordinadora y Encargado de Formación Ignaciana *Coordinadora de Internacionalización	Recopilar información desde los valores y la búsqueda que la educación jesuita en Preparatoria ITESO quiere transmitir.	Entrevista.
Interculturalidad	*Coordinadora de Internacionalización *Coordinador de Relaciones	Servirá de apoyo para la comprensión y comunicación de diferentes culturas en las experiencias académicas.	Entrevista.
Estrategia de Posicionamiento	*Coordinador de Negocios y Mercados Digitales *Coordinadora de Comunicación Integrada de Mercadotecnia	Servirá de apoyo para el entendimiento del tema y saber qué estrategias implementar, para de esta manera lograr un posicionamiento basado en las necesidades del mercado meta.	Entrevista, <i>focus group</i> y asesoría sobre los temas a tratar.
Mercadotecnia	*Coordinador de Negocios y Mercados Digitales *Coordinadora de Comunicación Integrada de Mercadotecnia.	Ayudar en el conocimiento de mercadotecnia, para comprender y conectar con el mercado meta y alcanzar los objetivos.	Entrevista y asesoría sobre los temas a tratar.
Posicionamiento	*Coordinador de Negocios y Mercados Digitales	Obtener información sobre cómo posicionar las experiencias	Entrevista, <i>focus group</i> y asesoría

TEMA	ACTORES CLAVE	JUSTIFICACIÓN	HERRAMIENTAS
	*Coordinadora de Comunicación Integrada de Mercadotecnia *Encargada de Comunicación	académicas, construir una marca sólida y mantener una presencia en el mercado.	sobre los temas a tratar.
Comunicación	*Director DREA *Dirección Preparatoria ITESO *Coordinadora de Internacionalización	Obtener conocimiento para establecer relaciones sólidas con los clientes.	Entrevista.
Segmentación de mercado	*Estudiantes de Preparatoria ITESO *Familias de Preparatoria ITESO	Recopilar información, para identificar y entender al mercado meta, mediante sus características y necesidades.	Encuestas, entrevistas y análisis de datos.

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Estas herramientas permitirán recopilar información, perspectivas y retroalimentación de los actores involucrados, lo que será fundamental para diseñar e implementar una estrategia de intervención en las experiencias académicas de Preparatoria ITESO.

La estrategia para esta intervención se encuentra estructurada en cuatro fases distintas. Cada fase ha sido diseñada con el objetivo de una implementación de las acciones planificadas. Este enfoque por etapas proporciona una estructura organizada que facilita el seguimiento y la evaluación de cada componente de la intervención, asegurando así un proceso coordinado y eficiente.

Primera Etapa: Análisis de Mercado

En esta primera etapa, el enfoque se centra en la segmentación del mercado al que se dirigirá el posicionamiento en las experiencias académicas.

Tabla 8.

Fase de la estrategia Análisis de mercado.

OBJETIVO/ FASE DE LA ESTRATEGIA		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
ANÁLISIS DEL MERCADO		Tamaño de mercado.	Análisis y evaluación de la información obtenida mediante las herramientas.	Segmentación de mercado, educación y social.
PROPÓSITO	Segmentación, Educación, Institución y Educación.			
COMPONENTES	Participación, Demografía, Comportamiento, Necesidades y Preferencias.			
HERRAMIENTAS	Entrevistas, Cuestionarios y Análisis de datos Psicográficos.			

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Esta fase se llevará a cabo mediante la realización de entrevistas, la aplicación de cuestionarios y el análisis de datos recopilados. El objetivo es obtener una comprensión profunda de las características demográficas, psicográficas, necesidades, deseos y de comportamiento del público objetivo (Miguel Santasmases, 2014).

La información recabada a través de estas metodologías permitirá una definición más precisa de los segmentos de mercado relevantes, facilitando así la personalización y la adaptación de la estrategia de posicionamiento.

Segunda Etapa: Posicionamiento Deseado

En esta etapa, se persigue el logro del posicionamiento deseado en el ámbito de la educación, específicamente en relación con la educación jesuita y la interculturalidad.

Tabla 9.

Fase de la estrategia Establecimiento del posicionamiento deseado.

OBJETIVO/ FASE DE LA ESTRATEGIA		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
ESTABLECIMIENTO DEL POSICIONAMIENTO DESEADO		Participación del mercado	Análisis y evaluación de la información obtenida mediante las herramientas.	Posicionamiento deseado de la mano con mercadotecnia en la educación, respecto a la educación jesuita y la interculturalidad.
PROPÓSITO	Institución, Mercadotecnia en la educación, Social, Estrategia y Posicionamiento			
COMPONENTES	Evaluación de las condiciones de la institución.			
HERRAMIENTAS	<i>Focus group</i> , Entrevistas profundas, Análisis de redes sociales y <i>Feedback</i>			

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Este objetivo se materializará mediante el empleo de herramientas estratégicas como *focus group* y entrevistas que contengan preguntas como “por qué y/o para qué”, y finalmente el análisis de redes sociales.

A través de estas metodologías, se busca obtener percepciones detalladas y opiniones relevantes que contribuyan a la delineación de una estrategia de posicionamiento, utilizando sus ventajas y capacidades para satisfacer las necesidades del mercado objetivo (O.C & Michel D., 2012).

La información recopilada a partir de estos métodos de investigación proporcionará una base para la formulación de mensajes y tácticas de mercadotecnia que reflejen los valores y objetivos relacionados con la educación jesuita y la interculturalidad.

Tercera Etapa: Planificación de Actividades

En esta tercera etapa, se buscará la identificación del nivel de satisfacción del mercado meta mediante la realización de entrevistas y *focus group*.

Tabla 10.

Fase de la estrategia Planificación de actividades.

OBJETIVO/ FASE DE LA ESTRATEGIA		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES		Nivel de satisfacción y emoción / Escala Likert, "bueno, regular, malo".	Análisis y evaluación de la información obtenida mediante las herramientas.	Educación jesuita e interculturalidad.
PROPÓSITO	Institución, social, Mercadotecnia en la institución y educación.			
COMPONENTES	Directrices de los viajes.			
HERRAMIENTAS	Entrevistas y <i>Focus group</i> .			

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

La importancia se centra en asegurarse de que el propósito de la institución, a través de su enfoque en educación jesuita e interculturalidad, esté siendo alcanzado efectivamente a través de las experiencias académicas. Estas interacciones directas con el mercado objetivo proporcionarán percepciones valiosas sobre la percepción y satisfacción de los participantes, contribuyendo así a una evaluación integral del impacto de las iniciativas educativas implementadas.

Cuarta Etapa: Evaluación y Control de la Estrategia

Esta última etapa es fundamental para evaluar la estrategia implementada ante el público objetivo. “La estrategia de posicionamiento desempeñará un papel crucial al definir y comunicar de manera efectiva la propuesta de valor, destacando las ventajas y diferenciadores en comparación con otras opciones disponibles” (Kotler, 1999, pág. 52).

Tabla 11.

Fase de la estrategia Evaluación y control de estrategias.

OBJETIVO/ FASE DE LA ESTRATEGIA		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
EVALUACIÓN Y CONTROL DE ESTRATEGIAS		Escala Likert, "Nada satisfecho, poco, neutral, satisfecho".	Redes sociales y reuniones informativas.	Presencia, social, estrategia y comunicación con el mercado objetivo.
PROPÓSITO	Estrategia, Comunicación, Educación, Institución, Interculturalidad.			
COMPONENTES	Desarrollo de la marca, Calidad, Participación y Satisfacción.			
HERRAMIENTAS	Encuestas y <i>Focus group</i> .			

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

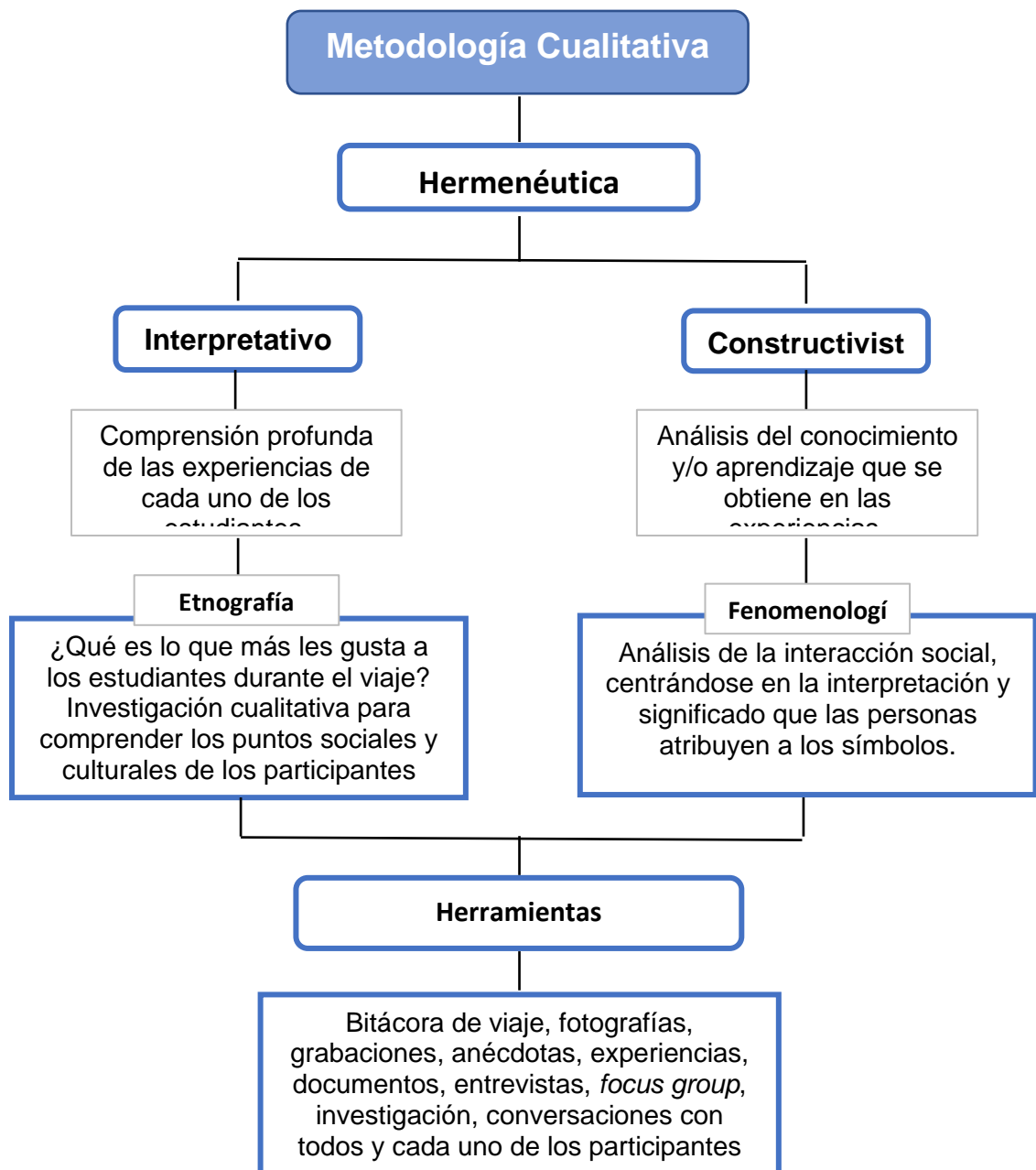
La ejecución de esta fase se llevará a cabo mediante el empleo de herramientas como encuestas y *focus group*, permitiendo medir el alcance de la satisfacción del mercado y obtener percepciones valiosas sobre la efectividad de la estrategia en la percepción del público objetivo.

Estas etapas, respaldadas por este paradigma interpretativo, resultan fundamentales para la investigación cualitativa de la estrategia del proyecto. Este enfoque proporcionará una

comprensión más profunda de los resultados, permitiendo una interpretación significativa de la estrategia en cuestión. La combinación de las fases y el paradigma interpretativo potenciará la capacidad de obtener *insights* significativos, contribuyendo así a una evaluación más de la estrategia. Se muestra en la Imagen 5 “Las herramientas de metodología”.

Imagen 5.

Herramientas de metodología.



Estas herramientas permitirán recopilar información, perspectivas y retroalimentación de los actores involucrados, lo que será fundamental para diseñar e implementar una estrategia de intervención en las experiencias académicas de Preparatoria ITESO.

3.2. Definición de los Factores Prioritarios a Intervenir y/o Cambiar en la Problemática

La estrategia que guiará esta intervención se divide en dos enfoques de posicionamiento. La primera se centra en la categoría de producto, destacando las ventajas del producto en comparación con otros competidores dentro de la misma categoría (Mora & Schupnik, 2010). La segunda estrategia, denominada orientación al usuario, se determina a partir de las características, intereses, actitudes, aspiraciones y estilos de vida de los clientes, consumidores o usuarios (Mora & Schupnik, 2010).

Este enfoque busca adaptar la oferta del producto a las necesidades y preferencias específicas de la audiencia objetivo, personalizando la estrategia de posicionamiento para establecer una conexión más efectiva con el público.

3.3. Metas de Información (Qué Quiero Conocer con mi Diagnóstico Profundo)

Con el propósito de profundizar en la comprensión de las experiencias académicas que se están desarrollando, se han establecido metas de información en este proyecto de intervención. La obtención de variables cualitativas es el objetivo principal asociado a estas metas.

La consecución de estos objetivos se llevará a cabo mediante la implementación de diversas herramientas, que incluyen entrevistas, encuestas, asesorías con los actores anteriormente mencionados y *focus group*. Estas metodologías se seleccionaron con el fin de

obtener una visión completa y detallada de las percepciones y experiencias de los estudiantes en relación con el proyecto. Para ello se tendrá en cuenta los siguiente:

- Diseño de preguntas: formular preguntas abiertas y cerradas que generen información relevante y cualitativa.
- Diversidad de enfoque: preguntas exploratorias, descriptivas y casuales.
- Análisis de respuestas: recopilar las respuestas de las entrevistas y encuestas, para identificar tendencias, patrones y conclusiones.
- Comparaciones y contrastes: identificar diferencias o similitudes entre los grupos participantes.
- Interpretación de resultados: elaboración de informes sobre los hallazgos.
- Recomendaciones y acciones futuras: generar recomendaciones e identificar acciones futuras que sirvan de apoyo para alcanzar los objetivos.

La elaboración de estas encuestas y entrevistas desempeñará un papel fundamental al proporcionar:

- Conocimiento de la educación jesuita: permitirá adquirir un profundo entendimiento tanto de los coordinadores como de los estudiantes, el explorar cómo se integran los valores y principios jesuitas en su experiencia educativa dentro de la institución y su comprensión de la ciudadanía global.
- Percepción sobre los valores jesuitas: las encuestas y entrevistas también brindaran una visión más clara de cómo los participantes perciben y valoran los principios jesuitas en su formación académica y personal.
- Exploración de emociones: este enfoque ayudara a capturar las emociones y sentimientos de los estudiantes, desde las emociones generadas por la perspectiva de un viaje al extranjero hasta la influencia de los actores clave en la toma de decisiones relacionadas con las experiencias académica.

- Apertura a la interculturalidad: en este proceso se evaluará la disposición de los estudiantes para explorar y abrazar otras culturas fuera de su país de origen. Esto proporcionará información valiosa sobre su grado de apertura y adaptabilidad intercultural.

Esta información será esencial para el desarrollo y la mejora de las experiencias académicas y la formación integral de los estudiantes.

3.4. Identificación, Descripción y Cuantificación de Métricas Iniciales (Medición antes de la Intervención)

En el transcurso del proyecto, se considera como un aspecto esencial la evaluación del rendimiento de actividades específicas llevadas a cabo en la intervención. La finalidad de medir, evaluar y cuantificar los cambios reside en facilitar la toma de decisiones. Estas etapas permitirán identificar los procesos que han generado resultados positivos y aquellos que necesitan ser intervenidos para mejorar su eficacia.

La implementación de la estrategia de posicionamiento en esta intervención contribuirá a la construcción de conocimientos y descubrimiento, aprovechando las ventajas y capacidades derivadas de las experiencias académicas de Preparatoria ITESO. Este enfoque tiene como objetivo satisfacer de manera efectiva las necesidades del mercado objetivo.

El proceso inicia con la segmentación del mercado, la cual implica considerar factores específicos como la identificación de las necesidades actuales y potenciales de los consumidores, discernir las características distintivas entre diferentes segmentos y determinar el tamaño de cada uno.

Para llevar a cabo la estrategia de posicionamiento, es crucial la planificación detallada de las actividades, estableciendo metas y objetivos de mercadotecnia en el ámbito educativo que

permitan alcanzar el posicionamiento deseado. Este proceso implica el diseño de estrategias y tácticas, con el fin de asegurar una ejecución efectiva y coherente con los objetivos establecidos.

Posteriormente, se aborda la estrategia del posicionamiento, donde resulta fundamental tener una comprensión clara de los objetivos que se desean lograr en la mente del mercado objetivo.

En el contexto de las experiencias académicas, se enfatiza la importancia de resaltar las ventajas respecto a otros competidores en la misma categoría. Asimismo, se busca determinar las características, intereses, actitudes, aspiraciones y estilos de vida de los clientes, consumidores o usuarios, con el propósito de adecuar la oferta de manera efectiva a sus necesidades y preferencias (O.C & Michel D., 2012).

Los programas académicos internacionales de Preparatoria ITESO que se describen en la Figura 6 “Programas académicos Prepa ITESO”, promueven la multiculturalidad, multilingüismo e internacionalización. Estos aspectos están relacionados con la posibilidad de obtener certificaciones de entidades extranjeras, participar en intercambios semestrales en diferentes países, acceder a asignaturas en inglés y aprender lenguas adicionales en inglés y español.

Figura 6.

Programas académicos Prepa ITESO.



Nota. Elaboración propia obtenida del perfil empresarial

Las mediciones de desempeño proporcionan una base sólida para la toma de decisiones informadas y la optimización continua de las estrategias implementadas durante la intervención.

Estos enfoques, al igual que la importancia académica, están relacionados con el éxito individual, competencia y liderazgo. Sin embargo, en Preparatoria ITESO, la internacionalización se aborda desde un enfoque educativo único, que se centra en la formación de ciudadanos globales.

3.5. Descripción del Análisis: Correlación e Interpretación de la Información

Los resultados de la correlación en este análisis serán cualitativos, a través de las herramientas empleadas en el marco teórico del plan estratégico, se obtendrá información de carácter interpretativo y constructivista. Esto implica la comprensión profunda de las experiencias

académicas, así como el análisis obtenido del conocimiento y/o aprendizaje adquirido durante dichas experiencias.

La correlación e interpretación de la información relativa a las experiencias académicas en Irlanda en el contexto de ITESO es un proceso crucial para determinar la ubicación adecuada de estas experiencias en el marco de la educación jesuita.

- Educación Jesuita y Valores: analizar cómo las experiencias académicas en Irlanda se alinean con los valores y principios de la educación jesuita. Esto implica examinar si los programas fomentan la formación integral de los estudiantes, promueven la justicia social, y valoran la ética y la responsabilidad social.
- Encuestas y Retroalimentación de Estudiantes: Las encuestas y la retroalimentación de los estudiantes que han participado en estas experiencias son una valiosa fuente de información. Se pueden analizar los datos de estas encuestas para identificar los aspectos positivos y áreas de mejora en los programas de estudio en Irlanda.
- Investigación de Mercadotecnia: esta puede proporcionar información sobre la demanda y el interés de los estudiantes en este tipo de programas. Esto ayuda a determinar la viabilidad y la relevancia de las experiencias académicas en Irlanda desde una perspectiva de mercado.

Una vez que se haya realizado este análisis, la interpretación de los resultados debe llevar a una decisión informada sobre cómo posicionar y mejorar las experiencias académicas en Irlanda en ITESO. Esto podría implicar ajustar el plan de estudios, mejorar la promoción de los programas, o fortalecer la conexión con los valores jesuitas. El objetivo final es asegurarse de que estas experiencias no solo sean enriquecedoras desde el punto de vista académico, sino que también estén en línea con la misión y visión de la institución educativa.

Capítulo 4. Implementación. Planeación de la Intervención

La implementación de la estrategia de intervención para promover las experiencias académicas en Irlanda de la Preparatoria ITESO. La justificación se basa en una investigación cualitativa con entrevistas y *focus group*, complementada con datos cuantitativos de cuestionarios, para comprender las motivaciones, percepciones y experiencias de los participantes (estudiantes y personal de la preparatoria).

La estrategia se divide en cuatro etapas: análisis del mercado, establecimiento del posicionamiento deseado, planificación de actividades y evaluación y control, utilizando herramientas como cuestionarios, entrevistas y *focus group*. Se incluye un cronograma para la implementación, que abarca desde febrero hasta mayo, con acciones específicas para cada mes y la colaboración de diferentes áreas de la Preparatoria. Finalmente, se contemplan posibles imprevistos como cancelaciones, retrasos y falta de participación.

4.1. Justificación de la Intervención

La justificación de este proyecto se basará en una investigación principalmente cualitativa, por medio de herramientas como entrevistas y *focus group*. Estas herramientas se seleccionan con el propósito de capturar las experiencias, sentimientos y percepciones de los participantes en relación con las experiencias académicas.

También se utilizarán como herramientas para la discusión y el intercambio de ideas entre los participantes. Esto promueve la interacción entre los individuos, lo que puede revelar diferencias de opinión y proporcionar una comprensión más completa.

Además de las estrategias cualitativas, se emplearán instrumentos para recopilar datos cuantitativos. Como los cuestionarios que serán utilizados para obtener información cuantificable sobre variables como preferencias, edad, entre otros aspectos relevantes para el estudio.

Estos cuestionarios serán diseñados para garantizar la validez y confiabilidad de los datos recopilados. Además, se dirigirán tanto a individuos que hayan experimentado las experiencias académicas de Preparatoria ITESO como a aquellos que no las hayan vivido.

Esta investigación se realizará por medio de una muestra no probabilística para la implementación de las herramientas de recolección de datos. Esta decisión implica la selección de un grupo específico de personas con las cuales se llevará a cabo la intervención, en lugar de depender exclusivamente de la probabilidad estadística.

El grupo de participantes seleccionados estará compuesto por una variedad de perfiles, todos ellos relevantes para los objetivos. Se incluirán estudiantes de Preparatoria ITESO: aquellos que ya han experimentado las experiencias académicas, aquellos que aún no las han vivido y aquellos que están por enfrentarlas.

Además de los estudiantes, se contará con la participación de diversos miembros del personal académico y administrativo. Estos incluyen al Coordinador Académico, los Coordinadores de Formación Ignaciana, la Coordinadora de Internacionalización y los Coordinadores de Mercadotecnia y Negocios Digitales.

La inclusión de estos actores clave en la investigación aportará una variedad de opiniones y puntos de vista, y también permitirá obtener una comprensión más completa de los procesos y dinámicas institucionales relacionadas con el tema de estudio. Esto se presenta en la Tabla 12 “Muestra no probabilística objetivos”.

Tabla 12.

Muestra no probabilística objetivos

TEMA	ACTOR CLAVE	TEMA MARCO TEÓRICO	JUSTIFICACIÓN	¿PARA QUÉ?
Educación	Coordinación académica de Preparatoria ITESO C.A.	* Modelo Educativo - <i>Porto</i> * Institución - <i>Dubet</i> * Educación - <i>Vygotski</i>	Entender y recopilar información sobre el mercado meta de Preparatoria ITESO.	Obtener números con los cuales poder trabajar dentro de la intervención.
Objetivo: Recopilar datos sobre la cantidad de estudiantes que han ido a las experiencias académicas.				
Educación Jesuita	Coordinación de Formación Ignaciana	* Educación Jesuita – ITESO	Recopilar información sobre los valores,	Obtener datos de la formación jesuita y el

TEMA	ACTOR CLAVE	TEMA MARCO TEÓRICO	JUSTIFICACIÓN	¿PARA QUÉ?
	de Preparatoria ITESO P.V. / A.L.	* Compromiso Social - Weber	compromiso y responsabilidad social que aportan las experiencias académicas.	compromiso social del programa educativo
Objetivo: Obtener datos sobre la formación jesuita y compromiso social en los estudiantes y su desarrollo.				
Internacionalización	Coordinación de Internacionalización A.Y.	* Interculturalidad - Dietz	Recopilar información sobre la adaptación del plan educativo con otra cultura.	Obtener datos de los programas educativos y convenios vinculados con los de Preparatoria ITESO.
Objetivo: Obtener datos sobre los programas educativos con la institución con la que se tiene convenio y diferencias culturales entre los países.				
Mercadotecnia	Coordinación de Comunicación Integrada de Mercadotecnia F.M.	* Mercadotecnia educativa - Peiró * Segmentación de mercado - Santesmases	Recopilar información sobre las necesidades, preferencias y comportamiento para identificar el mercado meta.	Obtener números con los cuales poder trabajar dentro de la intervención.
Objetivo: Identificar el mercado meta mediante sus objetivos educativos y necesidades.				
Posicionamiento	Coordinación de Negocios y Mercados Digitales H.C.	* Estrategia de posicionamiento - Kotler * Comunicación - Ardua	Entender y encontrar estrategias de mercadotecnia, para mejorar la comunicación con el mercado meta.	Obtener datos de estrategias y comunicación para la intervención.
Objetivo: Encontrar estrategias de posicionamiento y comunicación para forjar una conexión en las experiencias académicas y el mercado meta.				

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

La investigación cualitativa tendrá un papel importante al permitir comprender y profundizar la información desde la perspectiva de los participantes. Esto implica explorar sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, cómo los participantes perciben las experiencias académicas en la Preparatoria ITESO.

Para ello se utilizarían herramientas tales como:

- Cuestionarios de preguntas cerradas: para recopilar datos de manera rápida y facilitar el análisis y la interpretación de los datos.
- Entrevista semiestructurada: se formula un conjunto de preguntas guía basándose en las respuestas que se realizaron en el cuestionario, y al mismo tiempo contar con la flexibilidad

de explorar temas en profundidad y formular preguntas adicionales según las respuestas del entrevistado. Es útil para obtener información y comprender perspectivas individuales.

- *Focus group*: para comprender las percepciones, opiniones y comportamientos de los participantes.

La metodología de investigación propuesta estará dividida en cuatro etapas: análisis de mercado, establecimiento del posicionamiento deseado, planeación de actividades, y evaluación y control de estrategias. Estas etapas contarán con la aplicación de cuestionarios y entrevistas y finalizará con la realización de un *focus group*. En cada etapa se busca obtener una comprensión de los temas abordados, de acuerdo a lo señalado en las tablas 13, 14, 15 y 16.

Tabla 13.

Etapas de investigación: Análisis de mercado.

OBJETIVO/ FASE DE LA ESTRATEGIA		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
ANÁLISIS DEL MERCADO		Tamaño de mercado.	Análisis y evaluación de la información obtenida mediante las herramientas.	Segmentación de mercado, educación y social.
PROPÓSITO	Segmentación, Educación, Institución y Educación.	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Coordinación Académica de Preparatoria ITESO C.A. </div>		
COMPONENTES	Participación, Demografía, Comportamiento, Necesidades y Preferencias.			
HERRAMIENTAS	Entrevistas, Cuestionarios y Análisis de datos Psicográficos.			

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Tabla 14.

Etapas de investigación: Establecimiento del posicionamiento deseado.

OBJETIVO/ FASE DE LA ESTRATEGIA		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
ESTABLECIMIENTO DEL POSICIONAMIENTO DESEADO		Participación del mercado	Análisis y evaluación de la información obtenida mediante las herramientas.	Posicionamiento deseado de la mano con mercadotecnia en la educación, respecto a la educación jesuita y la interculturalidad.
PROPÓSITO	Institución, Mercadotecnia en la educación, Social, Estrategia y Posicionamiento.	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Coordinación de Mercadotecnia y Negocios Digitales F.M. / H.C. </div>		
COMPONENTES	Evaluación de las condiciones de la institución.			
HERRAMIENTAS	<i>Focus group</i> , Entrevistas profundas, Análisis de redes sociales y <i>Feedback</i> .			

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Tabla 15.

Etapas de investigación: Planificación de actividades.

OBJETIVO/ FASE DE LA ESTRATEGIA		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES		Nivel de satisfacción y emoción / Escala Likert, "bueno, regular, malo".	Análisis y evaluación de la información obtenida mediante las herramientas.	Educación jesuita e interculturalidad.
PROPÓSITO	Institución, social, Mercadotecnia en la institución y educación.	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Coordinación de Internacionalización A.Y. </div>		
COMPONENTES	Directrices de los viajes.			
HERRAMIENTAS	Entrevistas y <i>Focus group</i> .			

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Tabla 16.

Etapas de investigación: Evaluación y control de estrategias.

OBJETIVO/ FASE DE LA ESTRATEGIA		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
EVALUACIÓN Y CONTROL DE ESTRATEGIAS		Escala Likert, "Nada satisfecho, poco, neutral, satisfecho".	Redes sociales y reuniones informativas.	Presencia, social, estrategia y comunicación con el mercado objetivo.
PROPÓSITO	Estrategia, Comunicación, Educación, Institución, Interculturalidad.	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: auto;"> Coordinación de Formación Ignacia P.V. / A.L. </div>		
COMPONENTES	Desarrollo de la marca, Calidad, Participación y Satisfacción.			
HERRAMIENTAS	Encuestas y <i>Focus group</i> .			

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

El uso de cuestionarios permitirá recopilar datos de manera sistemática y eficiente, lo que proporcionará una visión general de los patrones presentes de los participantes. Posteriormente, la realización del *focus group* reunirá a un grupo selecto y representativo de individuos, para la discusión y el intercambio de perspectivas sobre el tema en cuestión.

A través de esta metodología cualitativa, se espera obtener información para fundamentar la intervención propuesta. La interacción directa con los participantes en el *focus group* permitirá explorar sus percepciones, opiniones, necesidades y experiencias.

4.1.1. Consideraciones Costo/Beneficio de la Intervención

En esta intervención, se establecerá una estrategia a largo plazo con el objetivo de mantener una fidelidad de estudiantes inscritos e ir aumentando las inscripciones paulatinamente.

Para alcanzar el propósito de la estrategia, se llevará a cabo un análisis de los datos recopilados mediante las herramientas e instrumentos de la investigación utilizados. A partir de esta evaluación, se planificará y diseñará una estrategia que se enfocará en comunicar mensajes claros y coherentes, con el objetivo de establecer una conexión emocional tanto con los estudiantes como con sus familias.

Esta estrategia estará orientada en resaltar el compromiso con las experiencias académica, el desarrollo integral de los estudiantes y el ambiente y pertenencia que caracteriza a Preparatoria ITESO, esta se fundamentará en el análisis de los datos recopilados, lo que permitirá identificar las áreas de oportunidad y diseñar iniciativas específicas que aborden las necesidades y expectativas de los participantes.

El diseño y ejecución de esta estrategia conlleva implicaciones que deben considerarse en términos de tiempo, condiciones requeridas y otros factores clave.

El costo asociado a esta intervención es que no todos los estudiantes están igualmente inclinados a participar en estas experiencias académicas. La decisión de participar o no en tales oportunidades se encuentra influenciada por diversos factores, tales como la naturaleza específica de dichas experiencias, el perfil individual de cada alumno, como sus gustos, necesidades, expectativas y preferencias inciden directamente en su disposición para participar en ellas.

Además, aspectos logísticos como la disponibilidad de la documentación necesaria para viajar y la cuestión económica. El perfil socioeconómico del estudiante puede impactar su capacidad para costear la participación en estas experiencias académicas, afectando así su decisión final.

Sin embargo, el beneficio de esta intervención podría ser significativo al mantener una fidelidad de siete estudiantes por experiencia académica y lograr un aumento de 28 % en la cantidad de estudiantes inscritos anualmente, el equivalente a un incremento de entre dos a cuatro estudiantes por experiencia académica en Irlanda.

4.2. Actividades, Herramientas e Instrumentos

Para el desarrollo de este proyecto, se planifica el empleo de herramientas e instrumentos de investigación que se alinean con los objetivos y alcances de la intervención propuesta, asegurando así la obtención de datos para la toma de decisiones estratégicas.

En una primera fase, se contempla la realización de entrevistas con los actores clave, incluyendo las Coordinaciones Académica, de Internacionalización y Formación Ignaciana. Estas entrevistas se diseñarán con el propósito de recopilar información detallada sobre aspectos fundamentales del modelo educativo, tales como el enfoque de la educación jesuita, el compromiso social y la promoción de la interculturalidad.

Estos datos proporcionarán la comprensión del entorno y la identificación de áreas de oportunidad. El diseño de las entrevistas para cada una de las coordinaciones antes señaladas se presenta en las tablas 17,18 y 19.

Tabla 17.

Entrevista a Coordinación Académica.

PREGUNTA <i>Coordinación Académica</i>	JUSTIFICACIÓN DE LA PREGUNTA E INFORMACIÓN QUE SE ESPERA OBTENER	USO O APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍA
¿Cómo se fomenta la creatividad entre los estudiantes dentro del modelo educativo de Preparatoria ITESO?	La creatividad es una habilidad importante para la solución de problemas y la innovación. Esta pregunta busca comprender cómo la preparatoria fomenta y nutre la creatividad entre sus estudiantes.	Nuevas estrategias para el área de internacionalización para su programa.	Modelo educativo

PREGUNTA <i>Coordinación Académica</i>	JUSTIFICACIÓN DE LA PREGUNTA E INFORMACIÓN QUE SE ESPERA OBTENER	USO O APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍA
¿Cómo el modelo educativo de Preparatoria ITESO se adapta a las demandas cambiantes del mundo actual?	Comprender cómo Preparatoria ITESO se mantiene relevante y actualizada.	Estrategias para diseñar un plan que prepare a los estudiantes para enfrentar los desafíos actuales y futuros.	Modelo educativo
¿Cómo se promueve la integración de diferentes áreas de conocimiento dentro de este modelo educativo?	Obtener detalles sobre programas o proyectos que integren las áreas de conocimiento, así como estrategias pedagógicas.	Colaboración entre diferentes áreas.	Modelo educativo
¿Cómo el modelo educativo de Preparatoria ITESO involucra a los estudiantes en su propio proceso de aprendizaje, responsabilidad y autonomía?	Busca entender cómo Preparatoria ITESO empodera a sus estudiantes en su educación.	Observar las actividades y proyectos que empoderan a los estudiantes.	Educación
¿Cómo las normativas y reglas de Preparatoria ITESO influyen en la vida cotidiana de los estudiantes y en el ambiente educativo?	Busca comprender cómo estas normas afectan la experiencia de los estudiantes.	Conocer las expectativas de los estudiantes.	Educación
¿Cómo la interacción social se utiliza como herramienta para el aprendizaje y el desarrollo personal de los estudiantes en la institución?	Busca entender cómo se aprovecha la interacción social en la preparatoria, mediante actividades extracurriculares.	Observar la colaboración y el aprendizaje entre estudiantes, tanto dentro como fuera del aula.	Educación
¿Cómo se fomenta la formación de individuos conscientes y responsables en sus acciones dentro del ambiente educativo de Preparatoria ITESO?	Busca comprender cómo la preparatoria promueve el desarrollo de ciudadanos éticos y responsables.	Estrategias que fomenten la conciencia social y la responsabilidad entre los estudiantes.	Educación
¿De qué manera se promueve el desarrollo de competencias comunicativas en otros idiomas?	Busca entender cómo la Preparatoria ITESO promueve el aprendizaje de idiomas adicionales. Se espera obtener detalles sobre programas de enseñanza de idiomas y las experiencias académicas.	Fomentar el desarrollo de habilidades comunicativas en otros idiomas dentro de las experiencias académicas.	Educación
¿Cómo se integran estas habilidades en las experiencias académicas de los estudiantes?	Entender cómo se conecta la enseñanza de idiomas con otras áreas del aprendizaje.	Conectar con otras áreas para que las experiencias académicas tengan mayor oportunidad de integración en la creación de estas.	Educación

PREGUNTA <i>Coordinación Académica</i>	JUSTIFICACIÓN DE LA PREGUNTA E INFORMACIÓN QUE SE ESPERA OBTENER	USO O APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍA
¿Cuáles son los desafíos que enfrentan los estudiantes al participar en actividades de aprendizaje basadas en la interacción social?	Busca identificar y comprender estos desafíos. Obteniendo información sobre desafíos comunes que enfrentan los estudiantes al interactuar socialmente. También se puede explorar cómo Preparatoria ITESO aborda estos desafíos y apoya a los estudiantes para superarlos.	Preparar a los estudiantes para enfrentar estos desafíos, proporcionando orientación y apoyo.	Compromiso Social

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Tabla 18.

Entrevista a Coordinación de Formación Ignaciana.

PREGUNTA <i>Coordinación de Formación Ignaciana</i>	JUSTIFICACIÓN DE LA PREGUNTA E INFORMACIÓN QUE SE ESPERA OBTENER	USO O APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍA
¿Cómo se refleja el compromiso de la educación Jesuita en Preparatoria ITESO?	Busca comprender cómo estos valores se manifiestan en Preparatoria ITESO. Se espera obtener información sobre programas en la formación ética y moral.	Planificar actividades dentro de las experiencias académicas reflejen los principios jesuitas.	Compromiso social
¿Cómo se fomenta el compromiso social entre los estudiantes de Preparatoria ITESO?	Busca entender cómo Preparatoria ITESO promueve el compromiso social entre sus estudiantes.	Diseñar actividades dentro de las experiencias académicas que fomenten el compromiso social entre los estudiantes.	Compromiso social
¿Cuál es el papel de la formación religiosa y los valores en el desarrollo los estudiantes?	Entender cómo estos aspectos contribuyen al desarrollo de los estudiantes en Preparatoria ITESO.	Promover la reflexión sobre valores, la espiritualidad y el respeto.	Educación Jesuita
¿Qué iniciativas han implementado para promover la resolución de conflictos de manera constructiva entre los estudiantes?	Obtener información sobre programas de mediación y resolución de conflictos y entender cómo Preparatoria ITESO aborda este aspecto.	Promover dentro de las experiencias académicas espacios seguros para el diálogo entre los estudiantes.	Educación
¿Cuáles son algunos desafíos que enfrenta la educación Jesuita en Preparatoria ITESO?	Identificar y comprender estos desafíos.	Oportunidades para colaborar en la superación de estos desafíos	Educación Jesuita

PREGUNTA <i>Coordinación de Formación Ignaciana</i>	JUSTIFICACIÓN DE LA PREGUNTA E INFORMACIÓN QUE SE ESPERA OBTENER	USO O APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍA
¿Qué impacto tiene la educación Jesuita en la formación los estudiantes comprometidos en la sociedad?	Comprender cómo esta formación impacta en el compromiso de los estudiantes con la sociedad.	Inspira a los estudiantes a ser agentes de cambio con la responsabilidad social.	Educación Jesuita
¿Qué recursos se ofrecen a los estudiantes para facilitar su participación en actividades de compromiso social y servicio comunitario?	Busca entender qué recursos están disponibles para los estudiantes en Preparatoria ITESO.	Colaborar con la institución anfitriona para organizar proyectos de servicio comunitario en conjunto.	Compromiso social
¿De qué manera se integran las enseñanzas y principios de la educación Jesuita en las actividades curriculares y extracurriculares de la Preparatoria ITESO?	Busca entender cómo se logra esta integración en Preparatoria ITESO. Se espera obtener información sobre proyectos de aprendizaje-servicio, actividades de reflexión y la integración de valores jesuitas.	Vinculación con la institución anfitriona para desarrollar proyectos que promuevan el liderazgo basado en valores.	Educación Jesuita
¿Cómo las actividades de formación Ignaciana en Preparatoria ITESO fomentan el compromiso social entre los estudiantes?	Comprender cómo estas actividades contribuyen al compromiso social de los estudiantes. Información sobre proyectos de justicia social basados en la espiritualidad Ignaciana.	Colaborar con la institución anfitriona para actividades de voluntariado que fomenten el compromiso social y el servicio a los demás.	Educación Jesuita
¿Cómo las experiencias académicas de Preparatoria ITESO promueven el compromiso social en los estudiantes?	Entender cómo estas experiencias contribuyen al compromiso social de los estudiantes.	Vinculación con la institución anfitriona para proyectos de servicio comunitario que aborden problemas sociales.	Compromiso social

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Tabla 19.

Entrevista a Coordinación de Internacionalización.

PREGUNTA <i>Coordinación de Internacionalización</i>	JUSTIFICACIÓN DE LA PREGUNTA E INFORMACIÓN QUE SE ESPERA OBTENER	USO O APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍA
¿Cómo se fomenta la habilidad de los estudiantes para entender, apreciar y expresar emociones a través del descubrimiento de nuevas culturas?	Entender cómo Preparatoria ITESO promueve esta habilidad a través del enfoque en la interculturalidad. Información sobre programas de intercambio cultural y actividades interculturales.	Observar las actividades de internacionalización para ver cómo se promueven.	Interculturalidad

PREGUNTA <i>Coordinación de Internacionalización</i>	JUSTIFICACIÓN DE LA PREGUNTA E INFORMACIÓN QUE SE ESPERA OBTENER	USO O APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍA
¿Cuál es el papel de la educación intercultural en Preparatoria ITESO?	Información sobre la educación intercultural en el plan de estudios y la promoción del diálogo intercultural.	Fortalecer el modelo educativo con las experiencias académicas.	Interculturalidad
¿Cómo se crean espacios dentro y fuera de la institución para que los estudiantes de Preparatoria ITESO puedan expresar, comprender y comunicar diversas expresiones culturales?	Busca entender cómo Preparatoria ITESO facilita estos espacios.	Observar los espacios de actividades culturales que se tienen con los estudiantes.	Interculturalidad
¿Cuáles son los principales objetivos de las experiencias académicas promovidas por la coordinación académica de internacionalización en Preparatoria ITESO?	Obtener información sobre los objetivos académicos y culturales que se promueven a través de las experiencias académicas y colaboraciones internacionales.	Fortalecer los objetivos académicos con las experiencias académicas.	Educación
¿Cómo contribuyen las experiencias académicas de Preparatoria ITESO a la formación de ciudadanos globales?	Información sobre cómo las experiencias académicas promueven la cultural, la empatía global, y el compromiso con temas globales en los estudiantes.	Observar las actividades que promueven la cultura.	Interculturalidad
¿Qué medidas se toman para estimular la participación de los estudiantes en las experiencias académicas?	Busca entender cómo Preparatoria ITESO motiva a los estudiantes a participar en estas actividades. Información sobre los programas, el apoyo, las oportunidades, y la promoción activa.	Observar y fortalecer la participación de los estudiantes.	Educación
¿Cuáles son los desafíos más comunes que enfrentan los estudiantes al participar en dichas?	Obtener información sobre desafíos como la barrera del idioma, el choque cultural, la adaptación a un nuevo entorno, y la gestión del tiempo y las expectativas durante las experiencias académicas.	Observar los desafíos que enfrentan los estudiantes.	Interculturalidad
¿Cómo se evalúa el impacto de las experiencias interculturales en la formación de los estudiantes en términos de desarrollo personal, académico y social?	Información sobre los métodos de evaluación utilizados, los indicadores de éxito, y cómo se utiliza esta retroalimentación para mejorar las experiencias interculturales en el futuro.	Observar y fortalecer áreas de oportunidad para futuras experiencias académicas.	Educación

PREGUNTA <i>Coordinación de Internacionalización</i>	JUSTIFICACIÓN DE LA PREGUNTA E INFORMACIÓN QUE SE ESPERA OBTENER	USO O APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍA
¿Cómo las experiencias académicas han impactado en la mentalidad y actitudes de los estudiantes de Preparatoria ITESO?	Información sobre cambios en la percepción de la diversidad cultural, el desarrollo de habilidades interculturales, y el aumento de la conciencia global como resultado de las experiencias académicas.	Áreas de oportunidad con las experiencias que se han obtenido.	Educación
¿Cómo se integran los aprendizajes obtenidos durante las experiencias académicas en el currículo académico?	Obtener información sobre cómo se incorporan los aprendizajes adquiridos en las experiencias académicas	Fortalecer áreas de oportunidad.	Educación

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Posteriormente, se prevé la implementación de cuestionarios dirigidos a los estudiantes, con el objetivo de obtener datos cuantitativos que complementen la información recabada en las entrevistas iniciales. Estos cuestionarios se centran en aspectos específicos relacionados con las preguntas generadas a partir de las entrevistas, permitiendo así una exploración de las percepciones y necesidades de los estudiantes.

Tabla 20.

Encuesta a estudiantes.

PREGUNTA Estudiantes	JUSTIFICACIÓN DE LA PREGUNTA E INFORMACIÓN QUE SE ESPERA OBTENER	USO O APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
¿Cómo calificarías tu experiencia en Irlanda?	Obtener una evaluación general de la experiencia del individuo en Irlanda. Proporciona una visión general de su satisfacción o insatisfacción con varios aspectos de su estadía en el país.	Identificar áreas de mejora y fortalezas del programa.
¿En qué medida crees que tu experiencia en Irlanda ha contribuido a tu desarrollo personal?	Comprender cómo la experiencia en Irlanda ha impactado en el crecimiento y desarrollo personal del individuo.	Ayudar a la institución a entender mejor los beneficios individuales de experiencias académicas y a diseñar programas futuros que fomenten el crecimiento personal de manera más efectiva.

PREGUNTA Estudiantes	JUSTIFICACIÓN DE LA PREGUNTA E INFORMACIÓN QUE SE ESPERA OBTENER	USO O APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
¿En qué medida crees que tu experiencia en Irlanda ha contribuido a tu desarrollo académico?	Evaluar cómo la experiencia en Irlanda ha enriquecido el desarrollo académico del estudiante.	Áreas de mejora en la entrega del contenido académico.
¿Cómo calificarías la calidad de la enseñanza recibido durante tu experiencia en Irlanda?	Evaluar la calidad de la educación recibida en Irlanda, lo cual es importante para comprender la efectividad de los la satisfacción general del estudiante con respecto a la enseñanza.	Ayudar a futuros participantes a comprender mejor qué esperar en términos culturales.
¿Cómo valorarías la experiencia cultural que obtuviste durante tu experiencia en Irlanda?	Saber el impacto de la experiencia cultural en la estadía del individuo en Irlanda.	Identificar áreas en las que se puede mejorar para futuras experiencias académicas.
¿Recomendarías el programa a otros estudiantes?	Busca obtener una evaluación sobre si el estudiante considera que el programa en Irlanda es beneficioso y satisfactorio, y si lo recomendaría a otros estudiantes interesados en una experiencia similar.	Ayudaría a la institución a promover y mejorar el programa en el futuro.
¿En qué medida crees que tu experiencia en Irlanda mejoró tus habilidades lingüísticas?	Evaluar cómo la experiencia en Irlanda ha impactado en el desarrollo y mejora de las habilidades lingüísticas del estudiante.	Evaluar la efectividad de los programas y a ajustarlos según sea necesario.
¿En qué medida te sientes enriquecido/a por haber vivido en otro país durante tu experiencia en Irlanda?	Busca comprender cómo la experiencia de vivir en otro país ha enriquecido la vida del estudiante, tanto a nivel personal como cultural.	Ayudaría a la institución a comprender mejor cómo las experiencias académicas contribuyen al crecimiento personal de los estudiantes y a comunicar estos beneficios a futuros participantes.
¿Cuál es tu percepción sobre el valor que tiene la experiencia en Irlanda en el contexto de tu formación académica y profesional?	Busca entender cómo el estudiante percibe el valor de su experiencia en Irlanda en relación con su formación académica y sus metas profesionales.	Promover y respaldar futuros programas de intercambio.

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

En la fase final, se llevarán a cabo *focus group* con los estudiantes para obtener información cualitativa en profundidad sobre sus opiniones y experiencias. Estos grupos proporcionarán un espacio de interacción y discusión entre los participantes, lo que permitirá una comprensión más holística y contextualizada de los temas abordados. Esto se presenta en la Tabla 21 “Muestra no probabilística objetivos”.

Tabla 21.

Muestra no probabilística objetivos.

TEMA	ACTOR CLAVE	TEMA MARCO TEÓRICO	JUSTIFICACIÓN	¿PARA QUÉ?
Educación	Coordinación académica de Preparatoria ITESO C.A.	* Modelo Educativo - <i>Porto</i> * Institución - <i>Dubet</i> * Educación - <i>Vygotski</i>	Entender y recopilar información sobre el mercado meta de Preparatoria ITESO.	Obtener números con los cuales poder trabajar dentro de la intervención.
Objetivo: Recopilar datos sobre la cantidad de estudiantes que han ido a las experiencias académicas.				
Indicadores de cambio o resultados esperados: Información detallada para la toma de decisiones, anticipar cambios y mantenerse competitivo en el mercado.				
Posibles riesgos: La desconexión de las instrucciones pueden dificultar alcanzar los objetivos.				
Educación Jesuita	Coordinación de Formación Ignaciana de Preparatoria ITESO P.V. / A.L.	* Educación Jesuita – ITESO * Compromiso Social - <i>Weber</i>	Recopilar información sobre los valores, compromiso y responsabilidad social que aportan las experiencias académicas.	Obtener datos de la formación jesuita y el compromiso social del programa educativo
Objetivo: Obtener datos sobre la formación jesuita y compromiso social en los estudiantes y su desarrollo.				
Indicadores de cambio o resultados esperados: Incorporar los valores del compromiso social que caracteriza a la educación jesuita, atrayendo al mercado meta que valora este compromiso.				
Posibles riesgos: Que no se obtenga información relevante que destaque sobre los valores y el compromiso social.				
Internacionalización	Coordinación de Internacionalización A.Y.	* Interculturalidad - <i>Dietz</i>	Recopilar información sobre la adaptación del plan educativo con otra cultura.	Obtener datos de los programas educativos y convenios vinculados con los de Preparatoria ITESO.
Objetivo: Obtener datos sobre los programas educativos con la institución con la que se tiene convenio y diferencias culturales entre los países.				
Indicadores de cambio o resultados esperados: Identificación de diferencias culturales para la adaptación de la estrategia de mercadotecnia y respetar las distintas perspectivas culturales.				
Posibles riesgos: no se obtenga la información clara y relevante de los programas educativos con las instituciones que se tiene convenio.				
Mercadotecnia	Coordinación de Comunicación Integrada de Mercadotecnia F.M.	* Mercadotecnia educativa - <i>Peiró</i> * Segmentación de mercado - <i>Santesmases</i>	Recopilar información sobre las necesidades, preferencias y comportamiento para identificar el mercado meta.	Obtener números con los cuales poder trabajar dentro de la intervención.
Objetivo: Identificar el mercado meta mediante sus objetivos educativos y necesidades.				
Indicadores de cambio o resultados esperados: Adaptar las estrategias de mercadotecnia para el mercado meta para aumentar la efectividad de esta y por ende las inscripciones de las experiencias académicas.				
Posibles riesgos: Que los participantes pierdan el hilo conductor de las instrucciones y por lo tanto no se logre el objetivo.				
Posicionamiento	Coordinación de Negocios y Mercados Digitales H.C.	* Estrategia de posicionamiento - <i>Kotler</i> * Comunicación - <i>Ardua</i>	Entender y encontrar estrategias de mercadotecnia, para mejorar la comunicación con el mercado meta.	Obtener datos de estrategias y comunicación para la intervención.
Objetivo: Encontrar estrategias de posicionamiento y comunicación para forjar una conexión en las experiencias académicas y el mercado meta.				

TEMA	ACTOR CLAVE	TEMA MARCO TEÓRICO	JUSTIFICACIÓN	¿PARA QUÉ?
Indicadores de cambio o resultados esperados: Destacar las fortalezas y crear una percepción deseada en la estrategia de posicionamiento en las experiencias académicas.				
Posibles riesgos: Que la estrategia no se comunique de manera correcta y existan malentendidos sobre el valor de las experiencias académicas.				

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Durante los primeros dos años de implementación de experiencias académicas en Preparatoria ITESO, un total de 21 estudiantes han participado en dichas experiencias en Irlanda. Considerando esta cifra como base, se ha coordinado con el área de internacionalización para establecer una muestra representativa para la investigación. Se ha determinado que la muestra inicial estará compuesta por 10 estudiantes que han tenido experiencia previa en dichas experiencias en Irlanda.

Posteriormente, se planea trabajar con una muestra aleatoria de estudiantes que aún no han participado en estas experiencias, pero que podrían ser candidatos para futuras oportunidades. Para determinar el tamaño adecuado de esta muestra, se ha aplicado la fórmula para muestras de poblaciones finitas, considerando que la Preparatoria ITESO cuenta actualmente con 600 estudiantes activos, los datos para realizar esta fórmula son los siguientes:

- $N = 600$ (tamaño de la población)
- $N = 25$ (muestra propuesta)
- Nivel de confianza: 95%, por lo que $Z = 1.96$
- Margen de error: $e = 0.05$ (5%)
- $p = 0.5$ y $q = 1 - p = 0.5$.

El tamaño de muestra calculado usando la fórmula de población finita para la población de 600 estudiantes es de 234 estudiantes. Con base en esta fórmula y con el objetivo de obtener una muestra representativa, 25 estudiantes representan el 10 % del tamaño de muestra para una población finita de 600.

4.3. Etapas del Proceso de Aplicación de la Intervención

El proceso de aplicación de la intervención estará dividido en cuatro etapas, con el fin de seguir el proceso de aplicación para esta. Cada etapa tendrá el objetivo de garantizar la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.

Etapa uno. Análisis de Mercado

Durante esta etapa de la investigación, se emplearán diversas herramientas metodológicas como: cuestionarios, entrevistas semiestructuradas y *focus group*, con el propósito de recabar información sobre la participación de los estudiantes en las experiencias académicas. Esta fase se llevará a cabo en colaboración estrecha con el coordinador académico de la Preparatoria ITESO, quien brindará su experiencia y conocimiento en el proceso. Esto se muestra en la Tabla 22 “Etapa uno / Análisis de Mercado”.

Tabla 22.

Etapa uno. Análisis de Mercado

OBJETIVO/ FASE DE LA ESTRATEGIA		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
ANÁLISIS DEL MERCADO		Tamaño de mercado.	Análisis y evaluación de la información obtenida mediante las herramientas.	Segmentación de mercado, educación y social.
PROPÓSITO	Segmentación, Educación, Institución y Educación.	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Coordinación Académica de Preparatoria ITESO C.A. </div>		
COMPONENTES	Participación, Demografía, Comportamiento, Necesidades y Preferencias.			
HERRAMIENTAS	Entrevistas, Cuestionarios y Análisis de datos Psicográficos.			

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

- **Cuestionarios:** Se diseñarán cuestionarios con preguntas cerradas y abiertas para obtener datos cuantitativos y cualitativos sobre la cantidad de estudiantes que han participado en las experiencias académicas, así como sus motivaciones, percepciones y experiencias asociadas.
- **Entrevistas semiestructuradas:** Se llevarán a cabo entrevistas con una guía flexible, permitiendo profundizar en las respuestas de los participantes. Estas entrevistas se centrarán en explorar en detalle la participación de los estudiantes en las experiencias académicas, identificando factores que influyen en su decisión de participar o no, así como sus experiencias y percepciones sobre el programa.
- **Focus group:** Se organizarán sesiones de focus group con grupos selectos de estudiantes, con el objetivo de fomentar la discusión y el intercambio de ideas sobre las experiencias académicas. Estas sesiones permitirán obtener una comprensión más profunda de las opiniones, expectativas y sugerencias de los estudiantes en relación con el programa.

La colaboración con el coordinador académico será fundamental para garantizar el acceso a la información necesaria. Su participación en el proceso facilitará la identificación de áreas de mejora y la formulación de recomendaciones para fortalecer la participación de los estudiantes en las experiencias académicas de la Preparatoria ITESO.

Etapa dos. Planificación de Actividades

Durante esta segunda etapa, se establecerá una colaboración con la Coordinación de Internacionalización, con el propósito de obtener datos de estudiantes que han participado en dichas experiencias académicas.

A través de esta colaboración con la Coordinación de Internacionalización, se espera obtener información detallada que contribuya a comprender mejor los desafíos y oportunidades asociados con las experiencias académicas. Esto se muestra en la Tabla 23 “Planificación de actividades”.

Tabla 23.

Etapas dos. Planificación de actividades.

OBJETIVO/ FASE DE LA ESTRATEGIA		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES		Nivel de satisfacción y emoción / Escala Likert, "bueno, regular, malo".	Análisis y evaluación de la información obtenida mediante las herramientas.	Educación jesuita e interculturalidad.
PROPÓSITO	Institución, social, Mercadotecnia en la institución y educación.	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Coordinación de Internacionalización A.Y. </div>		
COMPONENTES	Directrices de los viajes.			
HERRAMIENTAS	Entrevistas y Focus group.			

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Etapas tres. Establecimiento del posicionamiento deseado

Durante la tercera etapa, se enfocará al propósito de obtener datos sobre la formación jesuita y el compromiso social en los estudiantes, así como su desarrollo en el contexto de las experiencias académicas ofrecidas por la Preparatoria ITESO. Esta fase se llevará a cabo en colaboración con la Coordinación de Formación Ignaciana, lo que permitirá una integración de los hallazgos obtenidos en las etapas previas.

Durante esta etapa, se emplearán herramientas de evaluación, como encuestas, análisis de datos, y entrevistas con estudiantes y miembros del personal académico. Estas técnicas permitirán obtener una visión de las experiencias académicas en el desarrollo de los estudiantes en términos de formación jesuita y compromiso social.

El análisis de los datos recopilados en esta etapa proporcionará información que orientará la toma de decisiones y la planificación estratégica futura en relación con las experiencias académicas ofrecidas por la Preparatoria ITESO. Además, permitirá identificar áreas de fortaleza y oportunidad, así como posibles acciones correctivas o mejoras para garantizar que estas experiencias continúen siendo enriquecedoras y alineadas con los valores y la misión institucional, esto se muestra en la Tabla 24 “Establecimiento del posicionamiento deseado”.

Tabla 24.

Etapas tres. Establecimiento del posicionamiento deseado.

OBJETIVO/ FASE DE LA ESTRATEGIA		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
ESTABLECIMIENTO DEL POSICIONAMIENTO DESEADO		Participación del mercado	Análisis y evaluación de la información obtenida mediante las herramientas.	Posicionamiento deseado de la mano con mercadotecnia en la educación, respecto a la educación jesuita y la interculturalidad.
PROPÓSITO	Institución, Mercadotecnia en la educación, Social, Estrategia y Posicionamiento.	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: auto;"> Coordinación de Mercadotecnia y Negocios Digitales F.M. / H.C. </div>		
COMPONENTES	Evaluación de las condiciones de la institución.			
HERRAMIENTAS	<i>Focus group, Entrevistas profundas, Análisis de redes sociales y Feedback.</i>			

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Etapa cuatro. Evaluación y control de estrategias

En la última etapa, se establecerá una colaboración con las Coordinaciones de Mercadotecnia y Negocios Digitales, con el objetivo de utilizar los datos recopilados sobre las necesidades, preferencias y comportamientos de la muestra de mercado para desarrollar estrategias de posicionamiento y comunicación. El propósito de esta colaboración será crear una conexión entre las experiencias académicas de Preparatoria ITESO y el mercado meta identificado, esto se muestra en la Tabla 25 “Evaluación y control de estrategias”.

Tabla 25.

Etapa cuatro. Evaluación y control de estrategias.

OBJETIVO/ FASE DE LA ESTRATEGIA		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
EVALUACIÓN Y CONTROL DE ESTRATEGIAS		Escala Likert, "Nada satisfecho, poco, neutral, satisfecho".	Redes sociales y reuniones informativas.	Presencia, social, estrategia y comunicación con el mercado objetivo.
PROPÓSITO	Estrategia, Comunicación, Educación, Institución, Interculturalidad.	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> Coordinación de Formación Ignacia P.V. / A.L. </div>		
COMPONENTES	Desarrollo de la marca, Calidad, Participación y Satisfacción.			
HERRAMIENTAS	Encuestas y <i>Focus group</i> .			

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Trabajar de la mano con las Coordinaciones de Mercadotecnia y Negocios Digitales permitirá aprovechar su experiencia y conocimientos en el diseño y ejecución de estrategias de mercadotecnia. A través de un enfoque colaborativo, se analizarán los datos recopilados en las etapas previas para identificar las oportunidades de posicionamiento más relevantes y efectivas.

Se buscará desarrollar estrategias de comunicación que transmitan de manera clara los beneficios y valores distintivos de las experiencias académicas ofrecidas por la Preparatoria ITESO.

4.3.1. Cronograma de la Implementación de la Estrategia

El cronograma para la implementación de la estrategia de las experiencias académicas en Preparatoria ITESO se desarrollará en varias etapas que se muestran en la Figura 7 “Cronograma de la implementación de la estrategia”, para garantizar un proceso exhaustivo y efectivo.

Figura 7.

Cronograma de la implementación de la estrategia.



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Febrero. Se iniciará la colaboración con la Coordinación de Internacionalización, dado su papel fundamental en el proyecto. En esta etapa, se establecerán los objetivos del proyecto, se definirá el alcance y se determinarán las herramientas necesarias para recopilar información relevante. Además, se realizará un análisis inicial de los participantes involucrados y de la información disponible sobre ellos.

Febrero. Se trabajará con las áreas académicas y de formación ignaciana de la Preparatoria ITESO para obtener datos detallados sobre los estudiantes y su desarrollo. Se llevarán a cabo reuniones y entrevistas con el personal académico y participantes para recopilar información sobre los programas de formación, los perfiles de los estudiantes, entre otros.

Marzo. Cuestionarios y entrevistas: Se diseñarán cuestionarios y se llevará a cabo la aplicación de las entrevistas a los participantes para recabar información sobre sus experiencias académicas, expectativas y necesidades. Estos datos servirán como base para la elaboración de un *focus group* más detallado en la siguiente fase del proyecto.

Marzo y abril. Análisis de datos y estrategias de posicionamiento: Se procesará y analizará toda la información recopilada para identificar tendencias, patrones y áreas de oportunidad. Se desarrollarán estrategias de posicionamiento y comunicación que permitan conectar las experiencias académicas con las necesidades y expectativas del mercado meta.

Mayo. Revisión y presentación de resultados: Se llevará a cabo una reunión final con la Coordinación de Internacionalización para presentar los resultados obtenidos y discutir el proceso de implementación de las estrategias propuestas. Se revisarán los hallazgos y se realizarán ajustes según sea necesario para las experiencias académicas en la Preparatoria ITESO.

4.3.2. Imprevistos

Algunos de los imprevistos que podrían suceder durante la implementación de las herramientas e instrumentos de esta intervención serían:

- Cancelación de los participantes: al estar esperando un cierto número de participantes y lleguen menos de los esperados
- Retrasos o interrupciones: pueden surgir retrasos ya sea por distracciones o contratiempos.
- Falta de participación: que los participantes no tengan interés y no se obtengan datos esperados para la investigación
- Respuestas sesgadas: algunos participantes pueden proporcionar respuestas sesgadas o poco sinceras, lo que puede distorsionar los resultados de la investigación.
- Problemas de logística: problemas como el lugar de encuentro, la disponibilidad de equipo o material o la gestión de los tiempos de reunión.
- Errores en la grabación y/o transcripción: Pueden ocurrir errores durante el proceso de grabación y/o transcripción de las entrevistas o *focus group*, lo que puede afectar la precisión y fiabilidad de los datos recopilados.

Capítulo 5. Implementación: Exposición de Hallazgos

En este capítulo se exponen los hallazgos obtenidos mediante los cuestionarios, *focus groups* y entrevistas. Los cuestionarios revelaron la satisfacción entre los estudiantes que participaron en la experiencia en Irlanda, destacando el desarrollo personal y la mejora de habilidades lingüísticas. En contraste, los estudiantes sin experiencia previa mostraron desconocimiento de la oferta, señalando la necesidad de mayor difusión, especialmente a través de redes sociales. El *focus group* profundizó en las motivaciones de los participantes, como el interés cultural, la experiencia internacional y el desarrollo de la autonomía.

Finalmente, las entrevistas con los coordinadores académicos permitieron comprender la integración del modelo educativo de Preparatoria ITESO con la formación jesuita y el enfoque en interculturalidad dentro de estas experiencias.

5.1. Sistematización y Medición de Resultados

Para la intervención de este trabajo se realizaron: cuestionarios, entrevistas y *focus group*, para evaluar y medir el impacto de las experiencias académicas en Irlanda en el nivel de satisfacción y aprendizaje de los estudiantes. A continuación, en la tabla 26 se muestra la “medición de herramientas”.

Tabla 26.

Medición de herramientas.

Herramienta	Evaluar	Medir	Nivel de satisfacción	Nivel de aprendizaje
Cuestionarios		X	X	X
Entrevistas	X			X
<i>Focus Group</i>	X	X	X	X

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Para llevar a cabo la sistematización y medición de los resultados se utilizó la herramienta de medición de Likert.

Esta herramienta fue seleccionada por su capacidad para recopilar respuestas que se pueden cuantificar y analizar estadísticamente, permitiendo así una evaluación detallada de la satisfacción de los estudiantes en relación con su experiencia académica en Irlanda, la cual facilita la interpretación de los resultados y la identificación de áreas de mejora para futuras experiencias académicas.

Así mismo se realizaron entrevistas para la recopilación de información cualitativa relacionada con el modelo educativo de Preparatoria ITESO.

En las entrevistas se realizaron preguntas específicas sobre cómo se fomenta la creatividad, la interacción social, la formación de individuos conscientes y responsables, el desarrollo de competencias comunicativas en otros idiomas, la participación en convocatorias externas, y la influencia de la educación ignaciana en las costumbres y normativas.

A continuación, se muestra en las Tablas 27, 28 y 29 la sistematización de cada una de las preguntas realizadas a cada una de las coordinaciones participantes.

Tabla 27.

Sistematización Coordinación Académica.

PREGUNTA <i>Coordinación Académica</i>	CATEGORÍA	PREGUNTA <i>Coordinación Académica</i>	CATEGORÍA
¿Cómo se fomenta la creatividad entre los estudiantes dentro del modelo educativo de Preparatoria ITESO?	Modelo educativo	¿Cómo la interacción social se utiliza como herramienta para el aprendizaje y el desarrollo personal de los estudiantes en la institución?	Educación
¿Cómo el modelo educativo de Preparatoria ITESO se adapta a las demandas cambiantes del mundo actual?	Modelo educativo	¿Cómo se fomenta la formación de individuos conscientes y responsables en sus acciones dentro del ambiente educativo de Preparatoria ITESO?	Educación
¿Cómo se promueve la integración de diferentes áreas de conocimiento dentro de este modelo educativo?	Modelo educativo	¿De qué manera se promueve el desarrollo de competencias comunicativas en otros idiomas?	Educación
¿Cómo el modelo educativo de Preparatoria ITESO involucra a los estudiantes en su propio proceso de aprendizaje, responsabilidad y autonomía?	Educación	¿Cómo se integran estas habilidades en las experiencias académicas de los estudiantes?	Educación
¿Cómo las normativas y reglas de Preparatoria ITESO influyen en la vida cotidiana de los estudiantes y en el ambiente educativo?	Educación	¿Cuáles son los desafíos que enfrentan los estudiantes al participar en actividades de aprendizaje basadas en la interacción social?	Compromiso Social

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Tabla 28.

Sistematización Coordinación de Formación Ignaciana.

PREGUNTA Coordinación de Formación Ignaciana	CATEGORÍA	PREGUNTA Coordinación de Formación Ignaciana	CATEGORÍA
¿Cómo se refleja el compromiso de la educación Jesuita en Preparatoria ITESO?	Compromiso social	¿Qué impacto tiene la educación Jesuita en la formación los estudiantes comprometidos en la sociedad?	Educación Jesuita
¿Cómo se fomenta el compromiso social entre los estudiantes de Preparatoria ITESO?	Compromiso social	¿Qué recursos se ofrecen a los estudiantes para facilitar su participación en actividades de compromiso social y servicio comunitario?	Compromiso social
¿Cuál es el papel de la formación religiosa y los valores en el desarrollo los estudiantes?	Educación Jesuita	¿De qué manera se integran las enseñanzas y principios de la educación Jesuita en las actividades curriculares y extracurriculares de la Preparatoria ITESO?	Educación Jesuita
¿Qué iniciativas han implementado para promover la resolución de conflictos de manera constructiva entre los estudiantes?	Educación	¿Cómo las actividades de formación Ignaciana en Preparatoria ITESO fomentan el compromiso social entre los estudiantes?	Educación Jesuita
¿Cuáles son algunos desafíos que enfrenta la educación Jesuita en Preparatoria ITESO?	Educación Jesuita	¿Cómo las experiencias académicas de Preparatoria ITESO promueven el compromiso social en los estudiantes?	Compromiso social

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Tabla 29.

Sistematización Coordinación de Internacionalización.

PREGUNTA Coordinación de Internacionalización	CATEGORÍA	PREGUNTA Coordinación de Internacionalización	CATEGORÍA
¿Cómo se fomenta la habilidad de los estudiantes para entender, apreciar y expresar emociones a través del descubrimiento de nuevas culturas?	Interculturalidad	¿Qué medidas se toman para estimular la participación de los estudiantes en las experiencias académicas?	Educación
¿Cuál es el papel de la educación intercultural en Preparatoria ITESO?	Interculturalidad	¿Cuáles son los desafíos más comunes que enfrentan los estudiantes al participar en dichas?	Interculturalidad
¿Cómo se crean espacios dentro y fuera de la institución para que los estudiantes de Preparatoria ITESO puedan expresar, comprender y	Interculturalidad	¿Cómo se evalúa el impacto de las experiencias interculturales en la formación de los estudiantes en	Educación

PREGUNTA <i>Coordinación de Internacionalización</i>	CATEGORÍA	PREGUNTA <i>Coordinación de Internacionalización</i>	CATEGORÍA
comunicar diversas expresiones culturales?		términos de desarrollo personal, académico y social?	
¿Cuáles son los principales objetivos de las experiencias académicas promovidas por la coordinación académica de internacionalización en Preparatoria ITESO?	Educación	¿Cómo las experiencias académicas han impactado en la mentalidad y actitudes de los estudiantes de Preparatoria ITESO?	Educación
¿Cómo contribuyen las experiencias académicas de Preparatoria ITESO a la formación de ciudadanos globales?	Interculturalidad	¿Cómo se integran los aprendizajes obtenidos durante las experiencias académicas en el currículo académico?	Educación

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

5.2. Organización de la Información Obtenida

A continuación, se presenta la organización de los resultados y evidencias obtenidas a través de entrevistas, cuestionarios y *focus group* realizados como parte de la intervención sobre las experiencias académicas en Irlanda de los estudiantes de Preparatoria en el ITESO.

Los cuestionarios se realizaron a dos grupos de estudiantes: aquellos que han vivido una experiencia académica en Irlanda y una muestra de 25 estudiantes de preparatoria del ITESO que no han tenido esta experiencia. El objetivo fue obtener datos estadísticos para medir el nivel de satisfacción o insatisfacción con las experiencias académicas, así como comprender sus expectativas.

Posteriormente, se llevó a cabo un *focus group* con estudiantes que participaron en la experiencia académica en Irlanda. Esto permitió obtener datos cualitativos sobre las razones de su elección de viajar y lo que aprendieron tanto académicamente como en el desarrollo personal.

Finalmente, se realizaron tres entrevistas con los coordinadores de Academia, Formación Ignaciana e Internacionalización de Preparatoria ITESO. El propósito fue obtener información cualitativa sobre cómo el modelo educativo de la preparatoria enriquece estas experiencias para los estudiantes.

Cuestionarios

- **Estudiantes de Preparatoria ITESO que han vivido una experiencia académica**

Se realizó un cuestionario a 15 estudiantes de Preparatoria ITESO que han vivido una experiencia académica en Irlanda, midiendo su nivel de satisfacción y aprendizaje donde cinco es la calificación más alta y uno la más baja.

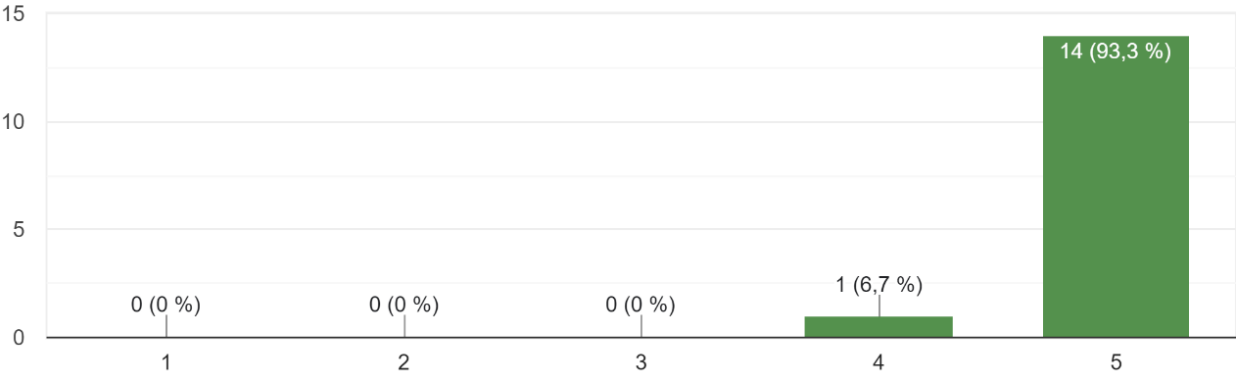
La experiencia académica en Irlanda fue valorada de manera altamente satisfactoria por los estudiantes que participaron en la encuesta, como se observa en la Figura 8 “Resultados experiencias Irlanda”. Más del 90 % de los encuestados calificaron esta experiencia con la máxima puntuación de cinco en la escala de satisfacción. Este porcentaje de satisfacción demuestra un consenso significativo entre los estudiantes acerca de la calidad de su experiencia. La calificación de cinco, seleccionada por la mayoría, destaca como un indicador claro de que los elementos evaluados cumplen con las expectativas planteadas.

Figura 8.

Resultados experiencia en Irlanda.

1 - En general, ¿cómo calificarías tu experiencia en Irlanda?

15 respuestas



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

El análisis de la contribución al desarrollo personal revela datos significativos sobre la percepción de los participantes. Los resultados indican un nivel de satisfacción considerable, con

un 60% de los encuestados manifestando una evaluación positiva. Este dato es importante, ya que muestra una tendencia mayormente favorable hacia el impacto del programa en el crecimiento individual.

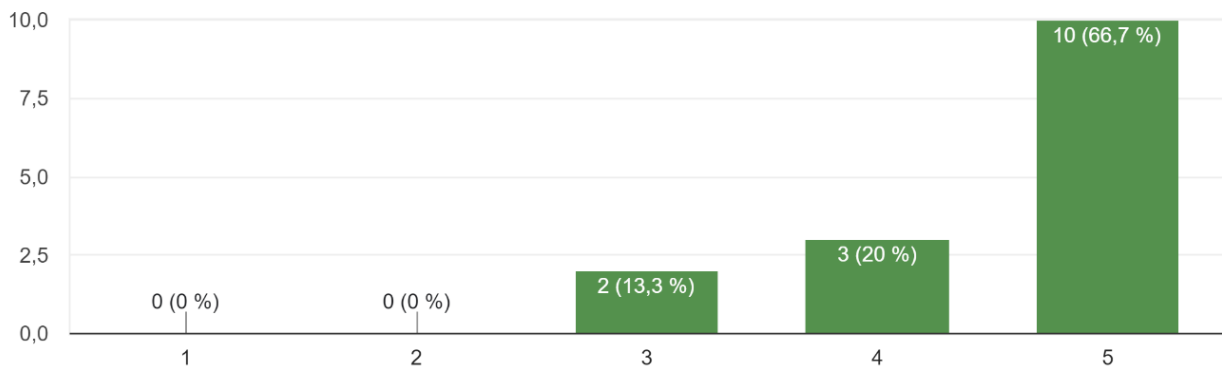
Un aspecto destacable es la distribución de las valoraciones. Mientras que el nivel de satisfacción alto alcanza el 60%, se observa un nivel intermedio de satisfacción que representa aproximadamente el 15% de las respuestas, es un hallazgo significativo es la práctica ausencia de insatisfacción, como se evidencia en la Figura 9 “Resultados desarrollo personal”

Figura 9.

Resultados desarrollo personal.

2 - ¿En qué medida crees que tu experiencia en Irlanda ha contribuido a tu desarrollo personal?

15 respuestas



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

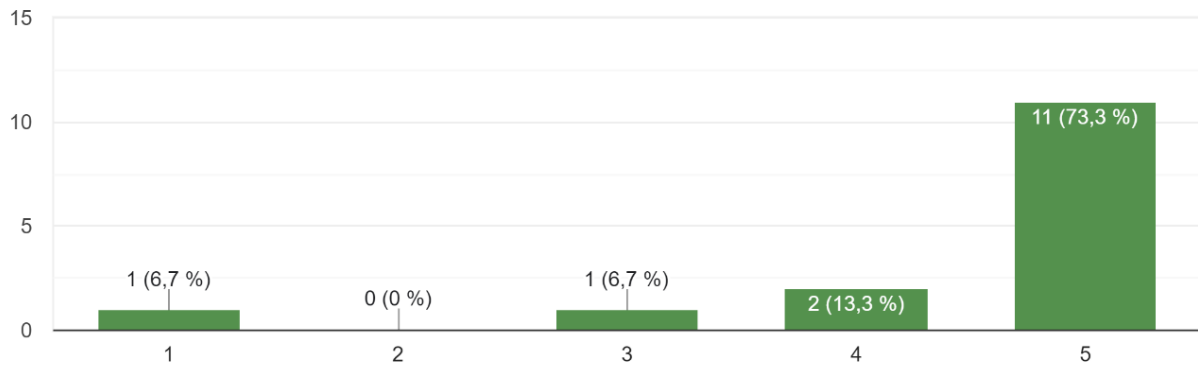
Las habilidades lingüísticas de los participantes han experimentado una mejora significativa durante la experiencia académica en Irlanda. Esta evaluación se basa en el hecho de que más del 70 % de los encuestados han reportado una mejora satisfactoria en sus habilidades lingüísticas como resultado de su estancia en Irlanda, que se ve en la Figura 10 “Resultados habilidades lingüísticas”.

Figura 10.

Resultados habilidades lingüísticas.

7 - ¿En qué medida crees que tu experiencia en Irlanda mejoró tus habilidades lingüísticas?

15 respuestas



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

La mejora en las habilidades lingüísticas se traduce no solo en una mayor competencia comunicativa, sino también en una ampliación de las oportunidades académicas y profesionales disponibles para los participantes ya que de igual manera más del 70 % de los participantes evaluaron satisfactoriamente su percepción en el contexto de formación académica y profesional.

La experiencia cultural obtenida durante la estancia en Irlanda ha sido valorada satisfactoriamente, como lo demuestra el hecho de que más del 90 % de los estudiantes encuestados la calificaron con un cinco. Este resultado se encuentra vinculado con el hecho de que la mayoría de los encuestados expresaron sentirse enriquecidos por haber vivido esta experiencia académica en Irlanda.

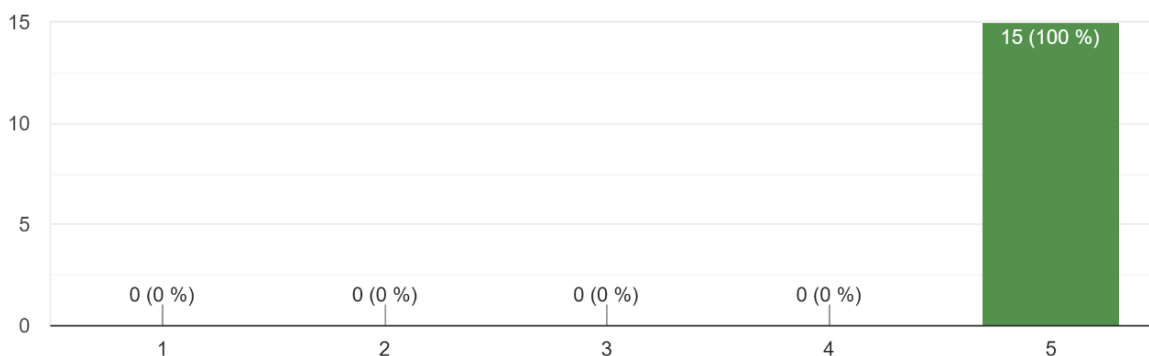
Por consiguiente, podemos concluir que dicha experiencia académica ofrece un enriquecimiento significativo para los estudiantes, siendo recomendada por el 100 % de los encuestados que ya la han experimentado, como se puede visualizar en la Figura 11 “Resultados habilidades lingüísticas”.

Figura 11.

Resultados habilidades lingüísticas.

6 - ¿Recomendarías el programa a otros estudiantes?

15 respuestas



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

A continuación, se muestra en la Tabla 30 la sistematización de cada una de las preguntas realizadas durante el cuestionario.

Tabla 30.

Sistematización del cuestionario estudiantes que vivieron una experiencia académica en Irlanda.

PREGUNTA <i>Estudiantes que vivieron experiencia en Irlanda</i>	RESPUESTA	CATEGORÍA
¿Cómo calificarías tu experiencia en Irlanda?	93 % Satisfactorio	Modelo educativo / Educación / Interculturalidad / Compromiso social.
¿En qué medida crees que tu experiencia en Irlanda ha contribuido a tu desarrollo personal?	66 % Satisfactorio 13 % Medio	Educación / Compromiso social / Interculturalidad.
¿En qué medida crees que tu experiencia en Irlanda ha contribuido a tu desarrollo académico?	33 % Satisfactorio 26 % Medio 13 % Bajo	Modelo educativo / Educación Jesuita / Educación.
¿Cómo calificarías la calidad de la enseñanza recibido durante tu experiencia en Irlanda?	86 % Satisfactorio 6 % Medio	Modelo educativo / Educación / Interculturalidad / Compromiso social.
¿Cómo valorarías la experiencia cultural que obtuviste durante tu experiencia en Irlanda?	100 % Satisfactorio	Interculturalidad.

¿Recomendarías el programa a otros estudiantes?	100 % Satisfactorio	Modelo educativo / Educación / Interculturalidad / Compromiso social.
¿En qué medida crees que tu experiencia en Irlanda mejoró tus habilidades lingüísticas?	73 % Satisfactorio 6 % Medio	Interculturalidad / Institución / Educación.
¿En qué medida te sientes enriquecido/a por haber vivido en otro país durante tu experiencia en Irlanda?	100 % Satisfactorio	Interculturalidad.

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

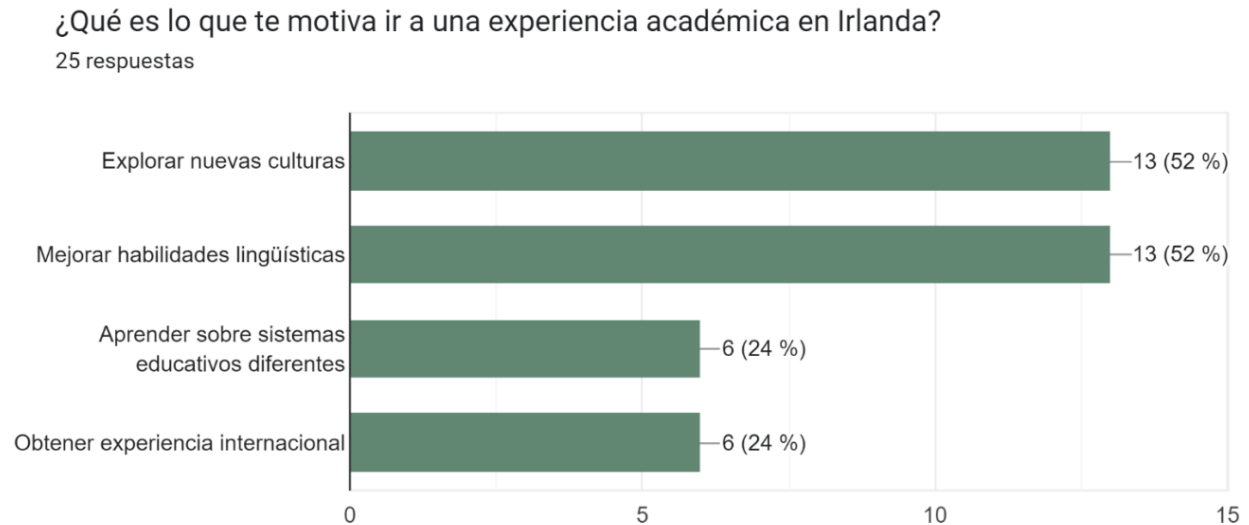
- **Cuestionarios estudiantes de Preparatoria ITESO que no han vivido una experiencia académica**

Se realizó un cuestionario a 25 estudiantes de Preparatoria ITESO que no han vivido una experiencia académica en Irlanda midiendo su motivación de vivir una experiencia, actividades que les gustaría vivir, el impacto en su desarrollo y su preferencia de medios de comunicación.

Dando como resultado que más del 50 % de los encuestados de Preparatoria del ITESO los motiva el vivir una experiencia académica en Irlanda, la oportunidad de explorar nuevas culturas y mejorar sus habilidades lingüísticas, mientras que más del 20 % se siente atraído por la posibilidad de aprender sobre sistemas educativos diferentes y obtener experiencia internacional, como se puede visualizar en la Figura 12 “Resultados de motivadores para vivir una experiencia académica”.

Figura 12.

Resultados de motivadores para vivir una experiencia académica.



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Además, más del 50 % también expresa interés en participar en actividades tradicionales de la cultura irlandesa durante su estancia, mientras que más del 30 % de ellos prefiere visitar lugares históricos y culturales, incluyendo eventos creativos. Mientras que, casi el 30 % de los encuestados desea participar en proyectos colaborativos con la comunidad durante su estancia en Irlanda, esto ligado a que más del 70 % de los encuestado tendrá un gran impacto en su desarrollo personal, aumentando su confianza y autonomía.

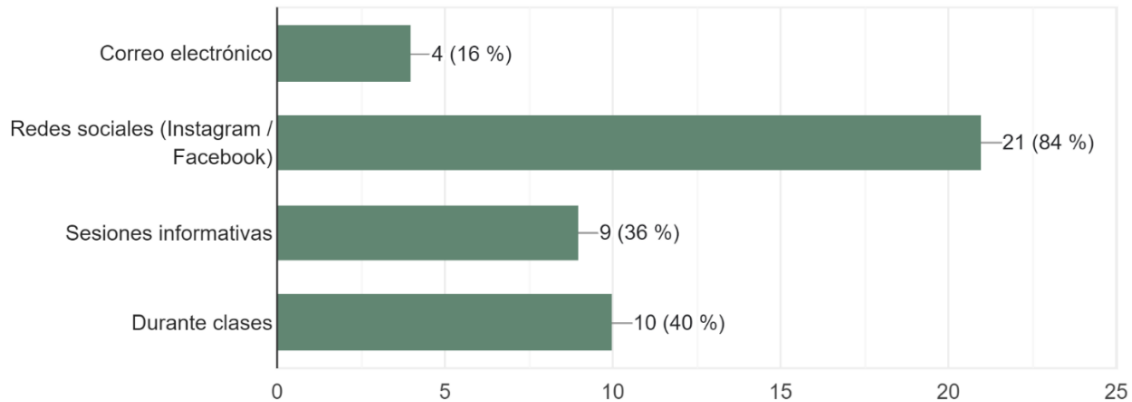
Más del 80 % de los estudiantes encuestados están interesados en vivir una experiencia académica en Irlanda prefieren recibir información a través de redes sociales. De este porcentaje, más del 40 % menciona que les gustaría ver contenido relacionado con la experiencia académica semanalmente en plataformas de redes sociales. Además, más del 30 % indica que desearía obtener información durante sesiones informativas y clases para resolver dudas específicas, esto se puede visualizar en la Figura 13 “Resultados preferencias de canales de comunicación”.

Figura 13.

Resultados preferencias de canales de comunicación.

¿Qué canales de comunicación prefieres para recibir información relacionada con la experiencia académica en Irlanda?

25 respuestas



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

En cuanto al tipo de contenido deseado, el 60 % expresa interés en ver videos sobre experiencias pasadas, información de fechas, costos y calendario de actividades relacionadas con la experiencia en Irlanda. Estos resultados resaltan la importancia de las redes sociales como canal de comunicación y la necesidad de proporcionar contenido importante y atractivo para los estudiantes que buscan información sobre estudios en el extranjero.

A continuación, se muestra en la Tabla 31 la sistematización de las preguntas realizadas durante la entrevista.

Tabla 31.

Sistematización cuestionario estudiantes que no han vivido una experiencia académica en Irlanda.

PREGUNTA <i>Estudiantes que no han vivido una experiencia en Irlanda</i>	RESPUESTA	CATEGORÍA
¿Qué es lo que te motiva a ir a una experiencia académica en Irlanda?	52 % Explorar nuevas culturas y mejorar habilidades lingüísticas. 24 % Aprender sobre sistemas educativos y obtener experiencia internacional.	Modelo educativo / Educación / Interculturalidad / Compromiso social.
¿Qué tipo de actividades te gustaría realizar durante tu estadía en Irlanda?	52 % Actividades tradicionales a la cultura. 36 % Excursiones y eventos recreativos. 28 % Proyectos colaborativos	Modelo educativo / Educación / Interculturalidad / Compromiso social.
¿Qué impacto crees que tendría esta experiencia académica en tu desarrollo personal y académico?	72 % Confianza y autonomía. 52 % Habilidades interculturales.	Modelo educativo / Educación Jesuita / Educación.
¿Qué canales de comunicación prefieres para recibir información relacionada con la experiencia académica en Irlanda?	84 % Redes sociales. 40 % Durante clases. 36 % Sesiones informativas. 16 % Correo electrónico.	Comunicación / Mercadotecnia.
¿Qué tipo de contenido te gustaría ver antes de ir a una experiencia académica en Irlanda?	60 % Videos. 36 % Sesiones informativas. 24 % Calendario de actividades.	Comunicación / Mercadotecnia.
¿Tienes alguna preferencia en cuanto a la frecuencia de las comunicaciones relacionadas con la experiencia académica en Irlanda?	48 % Mensualmente. 44 % Semanalmente. 8 % Diariamente.	Comunicación / Mercadotecnia.

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Focus Group

El *focus group* se utilizó como herramienta para obtener información cualitativa a estudiantes de Preparatoria ITESO que han vivido una experiencia académica en Irlanda, permitiendo explorar a profundidad opiniones, percepciones y experiencias del grupo entrevistado.

En la reunión realizada, los participantes compartieron sus experiencias y opiniones sobre su experiencia académica en Irlanda, abordando diversos aspectos que influyeron en su decisión de participar en esta experiencia educativa internacional.

En primer lugar, los motivos que llevaron a los participantes a elegir Irlanda como destino de estudio fueron variados. Algunos mencionaron su interés en viajar y explorar nuevas culturas, mientras que otros destacaron la oportunidad de combinar aspectos culturales con estudios académicos, como se puede ver en la siguiente respuesta de uno de los entrevistados:

“B: Yo prefería un viaje a una fiesta de 15 años, entonces también fue eso como que se cruzó el regalo. Y también me interesaba viajar sola, y me gustó como el programa, o sea, porque eso que decían que no solo iba a ser cultural, sino también estudiar, entonces me interesó esa parte, y por eso también estudié” (Focus group, estudiante B).

Además, hubo quienes valoraron la posibilidad de viajar por primera vez solos y la propuesta del programa que ofrecía enriquecimiento cultural como académico, así como hubo algunas respuestas que, al cumplir quince años, en lugar de una fiesta preferían de regalo un viaje.

En cuanto al impacto en su desarrollo personal, los participantes coincidieron en que la experiencia en Irlanda fue positiva y enriquecedora. Destacaron la oportunidad de aprender sobre una cultura diferente, mejorar sus habilidades de comunicación en inglés y desarrollar mayor autonomía y adaptabilidad en un entorno extranjero. Esta experiencia les permitió crecer personalmente al enfrentarse a nuevos desafíos y salir de su zona de confort, como se puede ver en la siguiente respuesta de uno de los entrevistados:

“C: Pues en sí desafíos no, digo, el idioma, pues creo que todos hablamos inglés, y por ejemplo en una salida se perdió una cartera una vez, y si fuera aquí en México no la habíamos recuperado, pero allá volvimos y ahí estaba” (Focus group, estudiante C).

Respecto a la duración y contenido de las clases, los participantes expresaron su deseo de que la experiencia hubiera sido más larga, ya que consideraron que el tiempo fue limitado para asimilar completamente los conocimientos impartidos. A pesar de esto, valoraron positivamente la oportunidad de recibir clases de profesores extranjeros, destacando un enfoque

más relajado y menos restrictivo en comparación con las clases en México, como se puede ver en la siguiente respuesta de uno de los entrevistados:

“F: O sea, además de como un repaso, como dices, reforzar más que aprender algo nuevo académicamente. Sí, digo, pues sí también como dicen, historia de Irlanda, que eso sí también, yo no sabía nada, ni menos como que ¿Existe Irlanda en Norte? Entonces sí, como que sí aprendes historia y su cultura” (Focus group, estudiante F).

Conclusiones del Focus Group

Sobre las interacciones con estudiantes y profesores locales, los participantes mencionaron que se sintieron acogidos y apoyados durante su estancia en Irlanda. Destacaron la amabilidad y comprensión de los profesores, así como la oportunidad de relacionarse con estudiantes locales y compartir experiencias culturales.

En relación con las actividades realizadas, los participantes mencionaron diversas experiencias significativas, como aprender a jugar al *hurling*, un deporte tradicional irlandés, y participar en actividades que les permitieron conocer más sobre la historia y la cultura del país. A pesar de algunos contratiempos en la organización de las actividades, los participantes disfrutaron de las experiencias vividas en Irlanda.

En cuanto a la aplicación de lo aprendido en México, los participantes mencionaron que la experiencia les permitió reforzar conocimientos previos y discutir temas académicos desde una perspectiva internacional. Aunque no consideraron que la experiencia les aportara significativamente en lo académico, valoraron la oportunidad de practicar el idioma inglés y ampliar su visión del mundo.

La experiencia académica de los participantes en Irlanda fue enriquecedora en términos de desarrollo personal, interacción cultural, y aprendizaje de nuevas experiencias. A pesar de algunos desafíos y limitaciones en la duración de la experiencia, los participantes valoraron positivamente los beneficios obtenidos y el impacto positivo en su crecimiento personal y

académico. En la Tabla 32 se presenta la sistematización de cada una de las preguntas realizada durante el *focus group*.

Tabla 32.

Sistematización focus group.

PREGUNTA Focus group	RESPUESTA	PERTINENCIA	CATEGORÍA
¿Cómo fue su experiencia en Irlanda y qué les motivó a participar en este tipo de experiencias?	A: "Yo siempre he sido una persona que viaja". B: "Yo prefería un viaje a una fiesta de 15 años".	Decisiones personales por las cuales decidieron tener una experiencia académica fuera del país.	Educación / Compromiso social.
¿Cuáles fueron esos desafíos que se encontraron durante su experiencia allá?	C: "Se perdió una clase una vez, y si fuera aquí en México, no la habíamos recuperado". B: "Administración del dinero".	Desafíos, adaptación, aprendizaje y crecimiento.	Educación / Compromiso social.
¿Creen que esta experiencia les ha aportado algo en lo académico?	C: "Reforzar o poder discutir o dialogar temas que ya habíamos visto en clase como ARD".	Reforzamiento académico y aprendizaje cultural.	Modelo Educativo / Educación Jesuita.
¿Pudieran decirme si algo nuevo que vieron allá se podría aplicar aquí en México?	D: "O sea como aplicar algo directamente, pues a lo mejor puedes decirle que México y Irlanda tiene buena relación, pues políticamente o algo así. Si te enfocas en relaciones internacionales".	Comparación de realidades de un país con otro.	Interculturalidad.
¿Qué fue lo que más les gustó que un profesor extranjero les diera clases? ¿Son muy diferentes a los que les imparten aquí?	D: "Pues es que siento que son muy <i>light</i> ". C: "Ajá. Como peli de Estados Unidos". A: Siento que acá nos vigilan más.	Percepción de actitudes de las personas y comparación cultural.	Interculturalidad.
¿Qué actividades fueron las que más les aportaron?	B: "Nos pusieron una canción como de la guerra, y como cuando nos ayudaban los irlandeses". E: "Yo y un amigo nos encanta. Entonces si hubiera venido él, sí te la cantaba".	Interés compartido y experiencia cultural.	Interculturalidad.
¿Qué cambio de cuando, antes de que llegaran a cuando regresaron?	E: Pues administración del dinero, tiempos, no sé cómo... ¿Eh? autonomía" A: "Sí. Autonomía". D "Sí, sí. Más independiente.	Administración, autonomía, independencia y gestión del tiempo.	Interculturalidad.
¿Y alguna actividad que haya aportado para ustedes o que haya sido significativa?	A: "Académicamente no. De la experiencia. Pues siento que el que nos enseñaron a jugar amm, no me acuerdo como se llama". C: "¡Ah! ¡Hurling! ¡Hurling! Es un deporte, pues, de allá".	Experiencia cultural y valor de experiencia	Interculturalidad / Institución / Educación.

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Entrevistas

Se realizaron entrevistas semiestructuradas a coordinaciones académicas, de internacionalización e ignaciana de Preparatoria ITESO para obtener información cualitativa del modelo educativo, educación, institución, compromiso social, educación jesuita e interculturalidad de las experiencias académicas en Preparatoria ITESO.

- **Entrevista Coordinación Académica Preparatoria ITESO**

Primeramente, se comenzó una entrevista con la coordinación académica para explorar a profundidad opiniones, percepciones y experiencias del modelo educativo, institución y educación de Preparatoria ITESO.

El modelo educativo de Preparatoria ITESO, según las opiniones de Carlos Aguayo Castanedo, Coordinador Académico, se destaca por su enfoque en la integración, participación activa de los estudiantes en el aprendizaje, ambiente educativo colaborativo, herramientas innovadoras, nodos educativos, formación de individuos conscientes y responsables, promoción de competencias comunicativas en otros idiomas, integración de habilidades en experiencias académicas y desafíos en actividades de aprendizaje basadas en la interacción social, como se puede ver en la siguiente respuesta del entrevistado:

“CA: en las asignaturas que obviamente ven en esta parte de la creatividad, como son las asignaturas de arte” (Entrevistado CA).

En Preparatoria ITESO, se promueve la integración a través de un enfoque constructivista sociocultural, donde el aprendizaje se potencia mediante la interacción social y el trabajo en equipo. Los estudiantes se involucran activamente en su aprendizaje a través de los nodos educativos, espacios donde enfrentan retos, resuelven problemas y desarrollan habilidades creativas y de comunicación. Estos nodos fomentan la autonomía y responsabilidad de los estudiantes al establecer tiempos para presentar avances y prototipos, preparándolos para participar en convocatorias externas como Recrea STEM.

La formación de individuos conscientes y responsables se promueve en Preparatoria ITESO a través de la sensibilización sobre realidades sociales y ambientales, incentivando la reflexión sobre las acciones de los estudiantes y su impacto en el entorno. Además, se enfatiza en el desarrollo de competencias comunicativas en otros idiomas, donde se busca que los estudiantes alcancen un nivel B2 de inglés y luego puedan explorar otros idiomas como francés o alemán, integrando estas habilidades en sus experiencias académicas a través de asignaturas impartidas en diferentes idiomas, como se puede ver en la siguiente respuesta del entrevistado:

“CA: Muy bien, pues en nuestro programa de idiomas, lo que se busca es que los chicos tengan un nivel B2 de inglés”. (Entrevistado CA).

Sin embargo, los estudiantes enfrentan desafíos al participar en actividades de aprendizaje basadas en la interacción social, especialmente en la socialización, debido a la falta de experiencia previa en entornos presenciales y a la necesidad de desarrollar habilidades sociales. A pesar de estos desafíos, se implementan actividades para reforzar la integración y socialización entre los estudiantes, permitiéndoles comprender la importancia de la interacción social y la colaboración en proyectos tanto internos como externos.

El modelo educativo de Preparatoria ITESO se caracteriza por su enfoque en la integración, participación de los estudiantes, ambiente educativo colaborativo, herramientas innovadoras, nodos educativos, formación de individuos conscientes y responsables, promoción de competencias comunicativas en otros idiomas, integración de habilidades en experiencias académicas y la superación de desafíos en actividades de aprendizaje basadas en la interacción social, como se puede ver en la siguiente respuesta del entrevistado:

“CA: Pues también mucho de esto sucede en los nodos, porque es en donde se enfrentan a retos, a cosas que tienen que ellos que resolver y tienen que buscar la manera de hacerlo” (Entrevistado CA).

A continuación, se muestra en la Tabla 33 la sistematización de cada una de las preguntas realizada durante la entrevista con la coordinación académica de Preparatoria ITESO.

Tabla 33.

Sistematización Coordinación Académica.

PREGUNTA <i>Coordinación Académica</i>	RESPUESTA	PERTINENCIA	CATEGORÍA
¿Cómo se fomenta la creatividad entre los estudiantes dentro del modelo educativo de Preparatoria ITESO?	CA: "En las asignaturas que obviamente ven en esta parte de la creatividad, como son las asignaturas de arte".	Integración y aplicación de creatividad y desarrollo de habilidades.	Modelo educativo
¿Cómo el modelo educativo de Preparatoria ITESO se adapta a las demandas cambiantes del mundo actual?	CA: "Bueno, pues justamente los nodos son parte de eso, ya que siempre están vinculados a problemas de la realidad y del entorno".	Enfoque en problemas reales.	Modelo educativo / Institución.
¿Cómo se promueve la integración de diferentes áreas de conocimiento dentro de este modelo educativo?	CA: "Ah, pues ahí justamente está, en los nodos es la primera parte, ahí es donde convergen asignaturas, pero además los nodos nos han ido llevando a vivir más un modelo interdisciplinario".	Abordaje de problemáticas y conexión entre asignaturas.	Modelo educativo
¿Cómo el modelo educativo de Preparatoria ITESO involucra a los estudiantes en su propio proceso de aprendizaje, responsabilidad y autonomía?	CA: "Pues también mucho de esto sucede en los nodos, porque es en donde se enfrentan a retos, a cosas que tienen que ellos que resolver y tienen que buscar la manera de hacerlo".	Aprendizajes basados en retos, responsabilidad, autonomía y preparación para la vida profesional.	Educación
¿Qué tipo de actividades junto con este modelo que me comentas de los nodos ven en este tipo de experiencias en otro país completamente diferente en el que viven?	CA: "Entonces, por ejemplo, en Irlanda, entre las clases y cursos que toman refuerzan mucho estas temáticas que ellos ven aquí, entonces van allá y lo ven, pero desde otra perspectiva".	Experiencias culturales y temáticas globales.	Interculturalidad / Compromiso social
¿De qué manera se promueve el desarrollo de competencias comunicativas en otros idiomas?	CA: "Muy bien, pues en nuestro programa de idiomas, lo que se busca es que los chicos tengan un nivel B2 de inglés".	Elección de idiomas, reforzamiento del inglés, experiencias culturales y aprendizaje.	Educación

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

- **Entrevista Coordinación de Formación Ignaciana de Preparatoria ITESO**

Se tuvo una entrevista con la coordinación de formación ignaciana para explorar a profundidad opiniones, percepciones y experiencias del compromiso social, la educación jesuita y educación de Preparatoria ITESO.

En la entrevista realizada al Coordinador de Formación Ignaciana en Preparatoria ITESO, se abordan diversos aspectos relacionados con la educación jesuita y el compromiso social en la institución. A través de sus respuestas, el coordinador habla de una visión integral de cómo se refleja el compromiso de la educación jesuita en preparatoria.

En primer lugar, destaca la importancia de la pedagogía ignaciana en la propuesta educativa de Preparatoria ITESO. Señala que esta pedagogía no solo se limita a la asignatura de formación ignaciana, sino que se integra en todas las áreas del conocimiento. La pedagogía ignaciana se caracteriza por un enfoque centrado en la persona, que busca no solo transmitir conocimientos, sino también formar individuos comprometidos con la transformación social. También resalta que la forma en que se imparten las asignaturas y el acompañamiento personalizado a los estudiantes son elementos clave de esta pedagogía, como se puede ver en la siguiente respuesta del entrevistado:

“T: Es importante enmarcar que en Prepa ITESO la espiritualidad ignaciana forma parte de la religión católica” (Entrevistado T).

En cuanto al acompañamiento ignaciano, se habla sobre su importancia en el desarrollo integral de los estudiantes. Más allá de la enseñanza académica, el acompañamiento busca guiar a los jóvenes en su crecimiento personal y en la adquisición de valores éticos y sociales. Esta labor de acompañamiento se realiza de manera cercana, promoviendo un ambiente de confianza y apoyo, como se puede ver en la siguiente respuesta del entrevistado:

“T: Y esta es entendida como ser ciudadanos del mundo. Que nuestros estudiantes puedan tener una mirada crítica a nivel global” (Entrevistado T).

Se menciona las diversas experiencias de aprendizaje que ofrece PREPA ITESO, como los nodos, campamentos jesuitas y trabajo con comunidades indígenas. Estas experiencias permiten a los estudiantes reflexionar sobre realidades diversas, fomentando su compromiso social y su sensibilidad hacia las necesidades de los demás. A través de estas actividades, los

estudiantes tienen la oportunidad de vivenciar los valores jesuitas en acción, promoviendo la solidaridad, el servicio y la empatía.

En relación con la formación religiosa y los valores, se destaca la diversidad de espiritualidades dentro del catolicismo, incluyendo la espiritualidad ignaciana. Esto permite a los estudiantes explorar diferentes formas de vivir la fe y de relacionarse con el mundo que les rodea. La formación religiosa en Preparatoria ITESO no se limita a aspectos dogmáticos, sino que busca promover una visión compasiva y solidaria de la realidad, inspirada en los principios de la espiritualidad ignaciana, como se puede ver en la siguiente respuesta del entrevistado:

“T: El mayor desafío en un primer momento no solamente sería en prepa ITESO, sino también me atrevería a decir del propio reto que se tiene a nivel global” (Entrevistado T).

A continuación, se muestra en la Tabla 34 la sistematización de cada una de las preguntas realizada durante la entrevista con la coordinación académica de Preparatoria ITESO.

Tabla 34.

Sistematización Coordinación Formación Ignaciana.

PREGUNTA <i>Coordinación Formación Ignaciana</i>	RESPUESTA	PERTINENCIA	CATEGORÍA
¿Cómo se refleja el compromiso de la educación Jesuita en Preparatoria ITESO?	T: “Hay algunos elementos fundamentales que están presentes en esta propuesta educativa y de donde podemos partir desde las propias asignaturas que se pensaron”.	Propuesta ignaciana en asignaturas, espacios de diálogos y experiencias extracurriculares.	Compromiso social
¿Cómo se fomenta el compromiso social entre los estudiantes de Preparatoria ITESO?	T: “La espiritualidad ignaciana la podemos ver no tanto hablando sobre Dios”.	Relación humana, consigo mismos y proyectos curriculares.	Compromiso social
¿Cuál es el papel de la formación religiosa y los valores en el desarrollo de los estudiantes?	T: “Es importante enmarcar que en Prepa ITESO la espiritualidad ignaciana forma parte de la religión católica”.	Espiritualidad ignaciana, vivencia personal y reflexión.	Educación Jesuita
¿Cuáles son algunos desafíos que enfrenta la educación Jesuita en la Preparatoria ITESO?	T: “El mayor desafío es en un primer momento no solamente sería en la prepa ITESO, sino también me atrevería a decir del propio reto que se vive a nivel global”.	Desafíos educativos y espiritualidad.	Educación Jesuita

PREGUNTA <i>Coordinación Formación Ignaciana</i>	RESPUESTA	PERTINENCIA	CATEGORÍA
¿Qué impacto tiene la educación Jesuita en la formación de los estudiantes comprometidos en la sociedad?	T: “Los estudiantes son críticos ante lo que están viviendo y que se va relacionando con las diferentes asignaturas”.	Mirada crítica, propósito y compasión.	Educación Jesuita
¿Qué recursos se ofrecen a los estudiantes para facilitar su participación en actividades de compromiso social y servicio comunitario?	T: “Comunidad Magis es un grupo de estudiantes que se reúnen para vivir esta experiencia y profundizar más la espiritualidad ignaciana”.	Experiencias extracurriculares, identidad y su conexión con el mundo.	Compromiso social
¿Cómo las experiencias académicas de Preparatoria ITESO promueven el compromiso social en los estudiantes?	T: “Y esta es entendida como ser ciudadanos del mundo. Que los estudiantes puedan tener una mirada crítica a nivel global”.	Ciudadanía global, estudiantes conscientes en desafíos a nivel mundial y local.	Compromiso social

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

- **Entrevista Coordinación de Internacionalización de Preparatoria ITESO**

Entrevista con la coordinación de internacionalización para explorar a profundidad opiniones, percepciones y experiencias de interculturalidad y educación de Preparatoria ITESO.

La coordinación de internacionalización de Preparatoria ITESO, destaca la importancia de la interculturalidad en la formación de los estudiantes. Desde su perspectiva, este enfoque se aborda desde dos aspectos en la institución. Por un lado, el área de internacionalización se encarga de promover el contacto con culturas extranjeras a través de conversaciones y convivencias durante los viajes académicos. Por otro lado, se reconoce la importancia de apreciar las micro culturas dentro de México y valorar la propia cultura a través de actividades extracurriculares y artísticas, como se puede ver en la siguiente respuesta del entrevistado.

En cuanto a la educación intercultural en Preparatoria ITESO, la coordinadora resalta que es una de las cuestiones principales en la institución. Se enfatiza el constante contacto de los estudiantes con otros contextos, no solo desde el área de internacionalización, sino también desde la Academia de Formación Ignaciana y las actividades culturales promovidas por el área de talleres y deportes. Se destaca la colaboración entre diferentes áreas para ofrecer a los

estudiantes una exposición variada y enriquecedora, como se puede ver en la siguiente respuesta del entrevistado:

“AY: creo que este aspecto de la interculturalidad no es algo que solo mi área promueva dentro de la PREPA ITESO, sino que también creo que se promueve mucho desde la Academia de Formación Ignaciana” (Entrevistado AY).

En relación con los objetivos de las experiencias académicas promovidas por la Coordinación de Internacionalización, se menciona la importancia de fomentar el aprecio por otras culturas y la habilidad de los estudiantes para entender, apreciar y expresar emociones a través del descubrimiento de nuevas culturas.

Se busca que los estudiantes se conviertan en ciudadanos globales, capaces de interactuar y comprender la diversidad cultural que les rodea, como se puede ver en la siguiente respuesta del entrevistado:

“AY: el objetivo principal de estas experiencias es que los chicos tengan este acercamiento a otras culturas, que puedan, a través de estar en un contexto diferente, que puedan también reconocer y valorar esas otras culturas” (Entrevistado AY).

En cuanto a la integración de los aprendizajes adquiridos durante las experiencias en el currículum académico, se señala que, si bien es un aspecto importante, no siempre se refleja de manera directa en el currículum. Destaca que los aprendizajes a nivel personal y el cambio de perspectiva son aspectos más significativos que pueden influir en el desarrollo integral de los estudiantes.

Por último, se aborda el tema de cómo estimular la participación de los estudiantes en este tipo de experiencias. También se menciona la importancia de promover la perspectiva de ciudadanía global entre los estudiantes y destaca estrategias como el uso de *flyers*, PDF's, sesiones informativas y redes sociales para informar y motivar a los estudiantes a participar en estas experiencias. Se reconoce que existen desafíos, pero se trabaja en superarlos para brindar

a los estudiantes oportunidades enriquecedoras de aprendizaje intercultural, como se puede ver en la siguiente respuesta del entrevistado:

“AY: Tal cual como para la promoción, tal cual se les da este contexto de la importancia de ser un ciudadano global, y creo que ese es uno de los principales objetivos que tiene el área de internacionalización a través de estos viajes” (Entrevistado AY).

En la Tabla 35 se muestra la sistematización de cada una de las preguntas realizada durante la entrevista con la coordinación de internacionalización de Preparatoria ITESO.

Tabla 35.

Sistematización Coordinación Internacionalización.

PREGUNTA Coordinación Internacionalización	RESPUESTA	PERTINENCIA	CATEGORÍA
¿Cómo se fomenta la habilidad de los estudiantes para entender, apreciar y expresar emociones a través del descubrimiento de nuevas culturas?	AY: “Desde el área de internacionalización, para toda esta cuestión de culturas de otras naciones, pero culturas, digamos las micro culturas dentro de aquí de México y demás, o aprecio de la propia”.	Experiencias culturas, reflexión y diálogo interactivo, conocer otras culturas.	Interculturalidad
¿Cuál es el papel de la educación intercultural en Preparatoria ITESO?	AY: “Creo que este aspecto de la interculturalidad no es algo que solo mi área promueva dentro de la PREPA ITESO, sino que también creo que se promueve mucho desde la Academia de Formación Ignaciana”.	Interculturalidad, propuesta y trabajo educativos.	Interculturalidad
¿Cómo se crean espacios dentro y fuera de la institución para que los estudiantes de Preparatoria ITESO puedan expresar, comprender y comunicar diversas expresiones culturales?	AY: “El objetivo principal de estas experiencias es que los chicos tengan este acercamiento a otras culturas, que puedan, a través de estar en un contexto diferente, que puedan también reconocer y valor esas otras culturas”.	Culturas, autonomía, idiomas y resolución de problemas.	Interculturalidad

PREGUNTA <i>Coordinación Internacionalización</i>	RESPUESTA	PERTINENCIA	CATEGORÍA
¿Qué medidas se toman para estimular la participación de los estudiantes en las experiencias académicas?	AY: “Tal cual como para la promoción, tal cual se les da este contexto de la importancia de ser un ciudadano global, y creo que ese es uno de los principales objetivos que tiene el área de internacionalización a través de estos viajes”.	Ciudadanía global y estrategias de promoción.	Educación

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

5.3. Impacto de la intervención en la organización

La estrategia para esta intervención está ligada con los objetivos de Preparatoria ITESO, mediante un objetivo a largo plazo de mantener fidelidad de siete estudiantes y lograr un aumento del 28 % en la cantidad de estudiantes inscritos anualmente, que es el equivalente a un incremento de entre dos a cuatro estudiantes por experiencia académica en Irlanda. La estrategia comenzara en los dos primeros meses del ciclo escolar de Preparatoria ITESO, siguiendo el enfoque utilizado en años anteriores, para promover las experiencias académicas en Irlanda a través de las clases de idiomas, donde se busca aprovechar el entorno educativo mediante los profesores para inspirar a los estudiantes y despertar su interés en estudiar en el extranjero. La estrategia estará principalmente dirigida a través de las redes sociales, reconociendo su importancia como una herramienta orgánica para llegar al público objetivo.

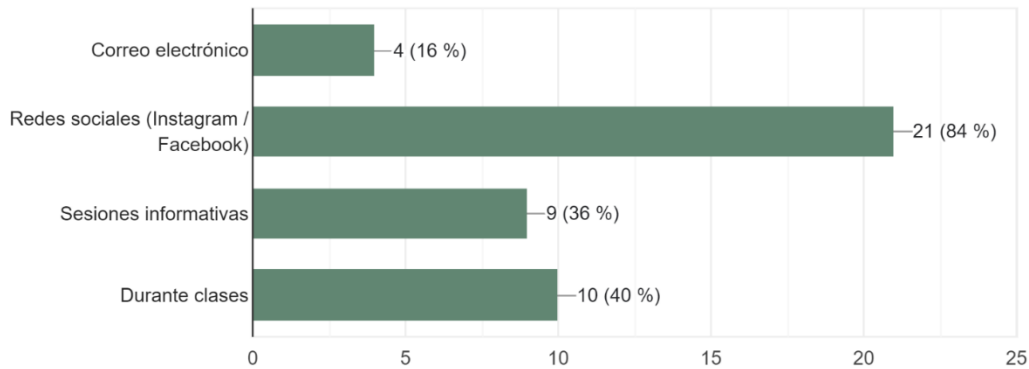
Instagram y Facebook son plataformas de comunicación que ofrecen una interacción directa con los usuarios, siendo en este caso los estudiantes de la Preparatoria ITESO. Los resultados de las encuestas que se muestran en la Figura 14 “Resultados de canales de comunicación”, indican que más del 80 % de los encuestados prefieren interactuar y obtener información a través de las redes sociales.

Figura 14.

Resultados de canales de comunicación.

¿Qué canales de comunicación prefieres para recibir información relacionada con la experiencia académica en Irlanda?

25 respuestas



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Por lo tanto, estas plataformas se perfilan como herramientas fundamentales para llegar al público objetivo y satisfacer sus necesidades de información y comunicación.

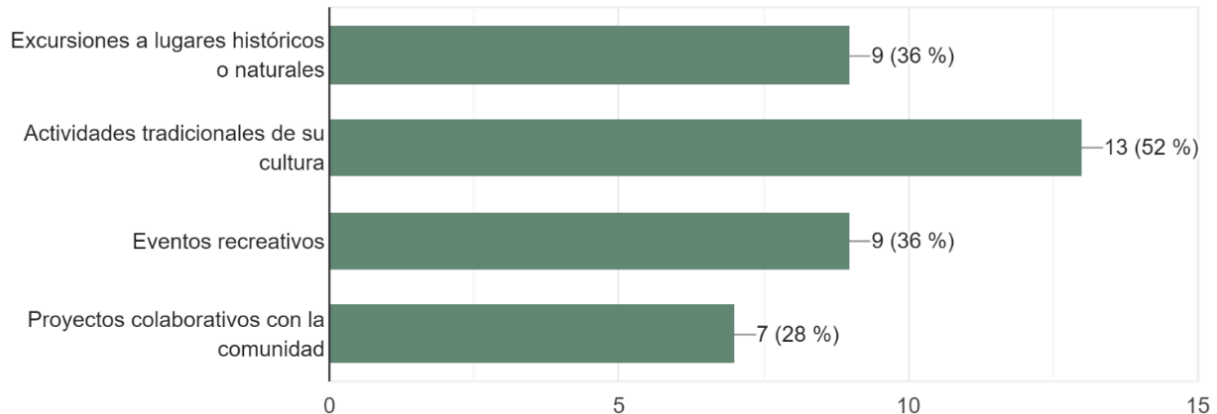
Estos hallazgos mediante las encuestas nos dicen que las redes de comunicación son efectivas para despertar y mantener el interés de los estudiantes en las experiencias académicas, donde también se logró identificar los temas de mayor interés entre los estudiantes, destacando aspectos culturales e históricos, eventos académicos y temas ambientales, que en la Figura 15 “Resultados de actividades de interés en Irlanda”, se muestran.

Figura 15.

Resultados de actividades de interés en Irlanda.

¿Qué tipo de actividades te gustaría realizar durante tu estadía en Irlanda?

25 respuestas



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Una vez despertado el interés y tras identificar a los estudiantes interesados en participar en la experiencia académica en Irlanda, se llevará a cabo una sesión informativa presencial. Esta sesión no solo estará dirigida a los estudiantes ya inscritos, sino también a aquellos que aún no han tomado una decisión. El objetivo principal será conectar emocionalmente con los participantes.

Durante esta sesión, además de proporcionar detalles específicos sobre fechas, actividades y procedimientos de pago, se buscará generar un impacto emocional. Se diseñará un ambiente que transporte a los interesados a la experiencia misma, sumergiéndolos en la temática de Irlanda. Se proyectará un video que muestre vivencias pasadas, permitiendo a los estudiantes visualizar lo que están a punto de experimentar.

Para aumentar la emoción y el sentido de pertenencia, se entregará un kit personalizado que incluirá desde un termo hasta algún porta-pasaportes, con elementos relacionados con la cultura irlandesa.

El objetivo es que los estudiantes se sientan emocionados y motivados por la experiencia que están a punto de vivir, creando así una conexión más profunda y duradera con el programa de intercambio académico.

Un ejemplo de parrilla de contenido mencionado anteriormente se muestra en la Figura 16, todo esto ligado con los resultados mediante las entrevistas con la coordinación académica, de formación ignaciana y de internacionalización de Preparatoria ITESO destacando aspectos clave del modelo educativo y la experiencia estudiantil en la institución.

Figura 16.

Resultados de actividades de interés en Irlanda.



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Así mismo no se dejarán de lado el seguimiento por redes sociales, sin embargo, las publicaciones ya serán más presenciales en una cuenta exclusiva de internacionalización que se creara para puntualizar la información más específica a aquellos que ya irán a vivir esta

experiencia. Además de publicaciones concretas donde se especifica lo que se vive durante este viaje y lo que va ligado con todo el tema del modelo educativo de Preparatoria ITESO.

En conjunto con el área encargada de comunicación de Preparatoria ITESO se creará una parrilla de contenido en que se trabajará semanal y mensualmente. Las publicaciones que se harán en esta cuenta, todos los días serán diferente, abarcando los pilares: la marca (Preparatoria ITESO), vida académica, instalaciones, modelo educativo, educación jesuita, interculturalidad y compromiso social.

Todo esto ligado con los resultados mediante las entrevistas con la coordinación académica, de formación ignaciana y de internacionalización de Preparatoria ITESO destacando aspectos clave del modelo educativo y la experiencia estudiantil en la institución.

El modelo educativo de Preparatoria ITESO se enfoca en la integración, la participación de los estudiantes, el desarrollo de habilidades comunicativas en diferentes idiomas y la promoción de la interacción social en actividades de aprendizaje.

La pedagogía ignaciana se integra en todas las áreas del conocimiento, promoviendo un enfoque centrado en la persona y la formación de individuos conscientes y responsables.

Además, se enfatiza la importancia de la interculturalidad en la formación de los estudiantes, tanto a través del contacto con culturas extranjeras como de la valoración de la diversidad cultural dentro y fuera de México.

Se busca que los estudiantes se conviertan en ciudadanos globales, capaces de comprender y apreciar la diversidad cultural y de integrar sus experiencias interculturales en su desarrollo personal y académico. De manera gráfica se muestra en la Figura 17 las fases en las que se trabajara la estrategia.

Figura 17.

Diagrama de fases de estrategia.

DIAGRAMA DE FASES DE LA ESTRATEGIA												
TAREAS	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL
Clases idiomas	Clases, profesores informan experiencias				Vacaciones							
Sesión Informativa		Información general			Vacaciones						Información del viaje	
Redes Sociales			Publicidad		Vacaciones		Contenido exclusivo para la página de internacionalización					

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

CAPÍTULO 6. Discusión Final

En la discusión final presenta la colaboración entre las áreas de Comunicación, Internacionalización y la participación de profesores de idiomas en la implementación de la estrategia. Se describe el proceso, que incluyó planificación, desarrollo de materiales y capacitación de profesores, visualizado a través de un diagrama de fases.

La estrategia se enfocó en abordar el desconocimiento de la oferta mediante difusión en clases, redes sociales y una sesión informativa. Se resalta la creación de una cuenta de Instagram dedicada a la internacionalización como un logro para construir una comunidad digital y promover las experiencias. Se reflexiona sobre la importancia de la flexibilidad y la adaptación a imprevistos, así como el valor del aprendizaje adquirido sobre mercadotecnia y la colaboración interdepartamental.

6.1 Relevancia y Trascendencia Disciplinaria de la Estrategia de Intervención

La implementación de la estrategia de intervención para las estancias académicas en la Preparatoria ITESO ha sido un proceso en colaboración con el área de Comunicación y Coordinación de Internacionalización, donde se realizaron acciones en conjunto como:

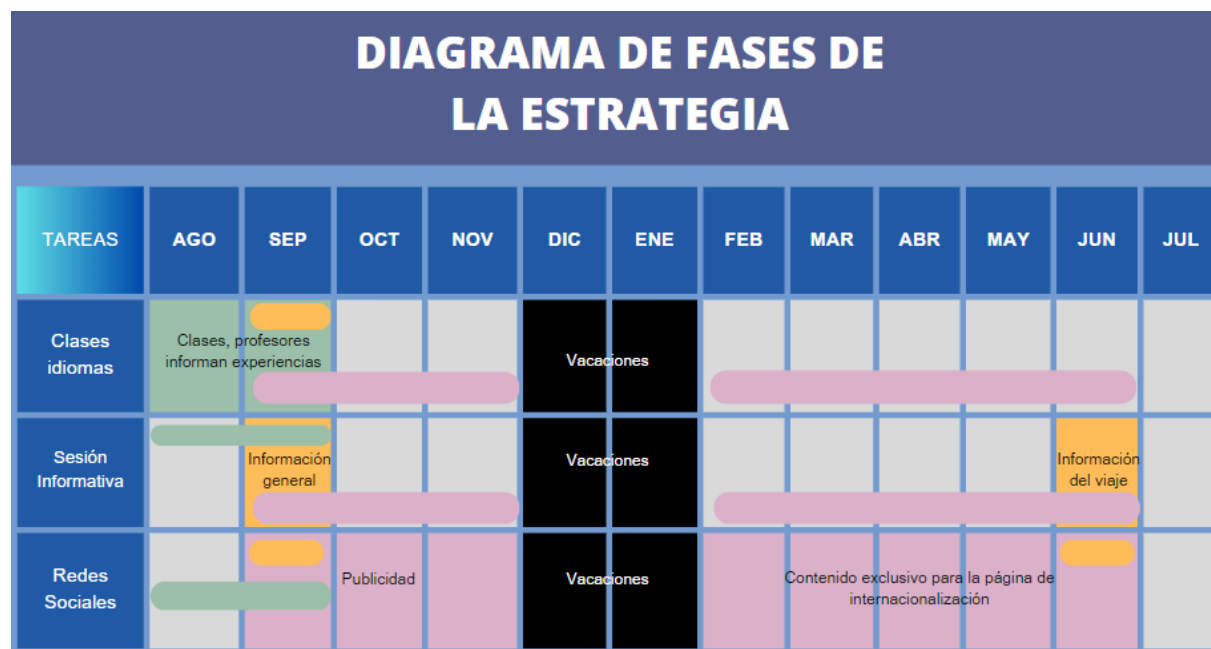
- Planificación: Se realizaron reuniones con Comunicación e Internacionalización para definir objetivos y cronograma.
- Desarrollo de materiales: Se crearon presentaciones y contenido digital sobre las estancias con el área de comunicación.
- Capacitación de profesores: Se organizó una reunión con profesores y la Coordinación de Internacionalización, para instruir a los docentes de idiomas sobre cómo presentar la información a los estudiantes durante clases.

El diagrama de fases de la estrategia (Figura 18) muestra cada una de las actividades que se realizaron en conjunto con las áreas encargadas, diferenciado con colores cada una de las actividades que se realizaron:

- Verde: actividades con profesores de idiomas.
- Naranja: actividades con coordinación de internacionalización.
- Rosa: actividades con el área de comunicación.

Figura 18.

Diagrama de fases de estrategia.



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

El diagrama muestra la progresión de las actividades estratégicas, cuyo inicio coincide con el comienzo del ciclo escolar en agosto. En colaboración con la Coordinación de Internacionalización y los profesores de idiomas, se inició la difusión de información sobre las estancias académicas en Irlanda durante las clases de idiomas. Esta acción permitió despertar el interés de los estudiantes y fomentar su participación. En septiembre, con apoyo del área de Comunicación, se lanzó la primera campaña promocional de las estancias académicas a través de redes sociales. Se eligió Instagram como canal oficial para la Preparatoria ITESO, siguiendo las recomendaciones de dicha área. Esta decisión se basó en consideraciones de seguridad y privacidad, dado que la mayoría de los estudiantes son menores de edad.

Posteriormente, se publicó un anuncio en Instagram para promocionar la primera sesión informativa sobre las estancias académicas. Esta sesión, dirigida a padres de familia y estudiantes interesados de Preparatoria ITESO, la cual incorporó detalles sobre la fecha, lugar y

hora del evento. El objetivo fue asegurar que todas las personas interesadas tuvieran acceso a esta información. A continuación, se muestra en la Figura 19 la imagen publicada en redes sociales para la sesión informativa:

Figura 19.

Publicidad sesión informativa.



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

En coordinación con el área de Comunicación, se creó una imagen que no solo informa sobre la sesión informativa de las estancias académicas, sino que también transmite los pilares fundamentales de la Preparatoria ITESO. A través de elementos visuales como banderas, la imagen representa la esencia y el alcance de una experiencia académica en Preparatoria ITESO.

La imagen refleja los principios de Preparatoria ITESO:

- *Utilitas*: formar individuos capaces de comprender, construir y deconstruir significados, así como generar respuestas y soluciones a los desafíos de su entorno.
- *Iustitia*: desarrollar sensibilidad y compromiso con el mundo.

Los principios educativos de Preparatoria ITESO reflejan la tradición de la Compañía de Jesús, adaptándose a las necesidades y desafíos del mundo globalizado actual. Esta filosofía educativa se ve reflejada en la imagen presentada, la cual plasma la interculturalidad, un valor que la institución no solo promueve, sino que integra activamente en su enfoque pedagógico. A través de este compromiso con la diversidad cultural, Preparatoria ITESO busca formar estudiantes capaces de navegar y contribuir positivamente en un mundo cada vez más interconectado y multicultural.

El compromiso de Preparatoria ITESO con este enfoque intercultural se reflejó en la sesión informativa sobre las estancias académicas. Este evento, diseñado para promocionar dichas estancias logró una respuesta de la comunidad con 142 personas interesadas que se conectaron al evento virtual, demostrando así el interés que existe por estas estancias.

Durante la presentación, se explicó cómo dichas estancias académicas están integradas con diversos aspectos de Preparatoria ITESO, incluyendo:

- El programa académico general
- Los principios de la educación jesuita
- El enfoque STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas)
- El desarrollo de competencias interculturales

Durante la sesión informativa, fue importante comunicar a las familias interesadas el impacto que estas estancias tienen en la formación integral de los estudiantes.

Este enfoque se alinea con la teoría del psicólogo ruso Lev Vygotsky, quien sostiene que: “la educación se fundamenta en el aprendizaje sociocultural, que se nutre de la interacción con el entorno y con personas más experimentadas” (Lantolf & Poehner, 2014).

Cabe resaltar que estas experiencias no solo tienen un aprendizaje en el ámbito académico, sino que también desde el compromiso social y la interculturalidad.

Estos elementos enriquecen a los estudiantes al permitirles aprender en entornos distintos al aula tradicional. Este enfoque está ligado a la misión de la educación jesuita, que busca “formar profesionales competentes, libres y comprometidos, ampliar las fronteras del conocimiento y la cultura” (ITESO, 2003).

Las actividades iniciales se basaron en el diagrama de fases de las estrategias planteadas e incluyeron:

- Difusión de información durante las clases de idiomas
- Uso estratégico de redes sociales
- Sesión informativa

Estas estrategias abordaron la problemática identificada: el desconocimiento de la oferta de experiencias académicas. Como resultado, se logró aumentar el conocimiento sobre estas oportunidades y despertar el interés de los estudiantes.

Posteriormente, se inició la tercera fase de la estrategia en colaboración con el área de comunicación. Se desarrolló una parrilla de contenido para redes sociales, específicamente para Instagram. Esta contempla una publicación semanal de información e interacción durante cinco semanas consecutivas ya que es el tiempo donde las inscripciones están abiertas. El objetivo es proporcionar un flujo constante de información sobre las experiencias académicas y fomentar la interacción directa con los estudiantes en la plataforma.

Esta fase, que se extiende por cinco semanas y se realiza en conjunto con las áreas de Comunicación e Internacionalización, enfocado en las inscripciones de los estudiantes interesados en experiencias académicas.

Se realizó una estrategia de comunicación en Instagram con contenido interactivo: Tres historias en la cuenta oficial de Instagram de la Preparatoria ITESO: esta estrategia se implementó con el propósito de establecer una conexión con la comunidad de Preparatoria ITESO y resaltar las fortalezas de las experiencias académicas, tal como lo sugiere la mercadóloga Rosario Peiró (Peiró, 2010), en relación con la mercadotecnia educativa.

La intención es crear un vínculo cercano con los estudiantes y sus familias, comunicando de manera efectiva el valor de la educación que ofrecen las experiencias académicas.

La frecuencia de las publicaciones se fundamenta en la parrilla de contenido diseñada para transmitir de manera efectiva los pilares de Preparatoria ITESO en el ámbito de la internacionalización, asegurando que cada mensaje resuene con la audiencia objetivo:

- Marca: este pilar se enfoca en el posicionamiento de las experiencias académicas, comunicando su propuesta de valor y las ventajas.
- Modelo académico: aquí se abordan dos aspectos principales, proporcionar información clara sobre costos, fechas y resaltar cómo el aprendizaje y la creatividad trascienden el aula.
- Interculturalidad y compromiso social: en este pilar se comunica que, a través de las experiencias académicas, se fortalece el compromiso social de los estudiantes al tener la oportunidad de familiarizarse con diferentes culturas.

Las publicaciones se generan directamente desde la página oficial de Preparatoria ITESO y se vinculan a la nueva cuenta de Instagram *@prepaitesointernacional*, facilitando así el posicionamiento orgánico de esta última. A continuación, se muestra en la Figura 20 parte de la parrilla de contenido que se estará publicando en redes sociales:

Figura 20.

Parrilla de contenido.

23 DE SEPTIEMBRE LUNES	24 DE SEPTIEMBRE MARTES	25 DE SEPTIEMBRE MIÉRCOLES
 <p>En cada experiencia en el extranjero, nuestros estudiantes no sólo amplían su conocimiento académico, sino que también descubren nuevas culturas, idiomas y perspectivas. ¡Inscríbete y disfruta los viajes internacionales y estancias académicas en 2025!</p> <p>prepainternacional@iteso.mx</p> <p>#PrepalTESOInternacional #SerConLosDemás #ExperiencialInternacional</p>	 <p>¡Listos para volar! Aquí van 5 tips para que tu vuelo transatlántico sea cómodo y divertido. Desde la organización hasta la hidratación, cada detalle cuenta en tu aventura. ¡Disfruta del viaje!</p> <p>USIECA Escríbenos y comienza tu proceso de inscripción para la experiencia internacional que más te llame la atención: prepainternacional@iteso.mx</p> <p>#PrepalTESOInternacional #SerConLosDemás #ExperiencialInternacional</p>	 <p>En #PrepalTESO promovemos las experiencias de aprendizaje explorando nuevas perspectivas.</p> <p>¡Tu aventura internacional comienza aquí! USIECA</p> <p>Comienza tu proceso de inscripción para viajes y experiencias académicos en el extranjero: prepainternacional@iteso.mx</p> <p>#PrepalTESOInternacional #SerConLosDemás #ExperiencialInternacional</p>

Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Uso de encuestas y enlaces directos a la página de inscripciones para las estancias: esta estrategia se diseñó para establecer una comunicación y conexión con la audiencia, con el objetivo de incentivar su participación en las experiencias académicas.

Como lo expone el libro "Estrategias y técnicas de comunicación" (Rodríguez Ardua, y otros, 2007), esta herramienta de comunicación cumple una doble función: por un lado, informa de manera clara y precisa sobre las experiencias académicas, proporcionando a los estudiantes todos los detalles necesarios para su toma de decisión; por otro lado, se enfoca en mantener estas opciones presentes en la mente de los usuarios a través de recordatorios estratégicos.

En esta estrategia se incorporaron encuestas interactivas en las historias de Instagram y enlaces directos a la página de registro. Esto no solo facilitó la toma de decisiones de los participantes, sino también agilizó el proceso de inscripción.

La estrategia proporcionó inmediatez y eficiencia, permitiendo a los interesados completar su registro de forma rápida y sencilla, esta información fue proporcionada por las coordinaciones de Internacionalización y Comunicación Preparatoria ITESO.

Dicha estrategia buscó ir más allá de la difusión de información, creando un vínculo duradero entre los estudiantes y las experiencias académicas, lo que fomentó una mayor participación.

En la Figura 21 contenido en historias de Instagram, interactuando con la audiencia:

Figura 21.

Contenido de interacción.



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Contenido fijo: la estrategia de publicaciones fijas implementada en el perfil dedicado a Internacionalización Prepa se diseñó con el propósito de resaltar la información clave de las experiencias académicas. Este enfoque prioriza la presentación clara de datos como la duración

de la estancia, el destino y la disponibilidad de cupos. La ubicación estratégica de esta información -en un lugar destacado del perfil- asegura que sea lo primero que capte la atención de los usuarios al acceder a la cuenta de Instagram.

Así no solo mejora la experiencia del usuario al facilitar el acceso rápido a la información más solicitada, sino que también estimula la curiosidad y motiva a los visitantes a explorar más a fondo las experiencias académicas ofrecidas. A continuación, se muestra en la Figura 22 “Contenido de interacción”, contenido fijo del perfil de *@prepaitesointernacional* en Instagram:

Figura 22.

Contenido de interacción.



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

El primer acercamiento en interacción con los usuarios se inauguró con una historia en Instagram, incentivando a los estudiantes a participar en las experiencias académicas el próximo año, acompañada de una frase motivadora: “¡Ya está todo listo para nuestras estancias y viajes académicos al extranjero para el 2025! ¿Nos acompañas?”. Esta frase fue creada con el fin de impulsar una interacción estudiantil y establecer una conexión, esto basado con la mercadotecnia educativa. (Peiró, 2010). En la Figura 23 se ve la primera publicación en historias de Instagram:

Imagen 23.

Contenido de interacción.



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

Esta estrategia se basa en principios de mercadotecnia educativa, específicamente en la importancia de la interacción entre la institución y su público meta. Según un artículo especializado en el tema, este enfoque "permite que las instituciones educativas puedan establecer una conexión sólida con su audiencia y destacar sus fortalezas" (Peiró, 2010).

Los objetivos de estas publicaciones son:

- Generar interés en las oportunidades de estudio en el extranjero.
- Facilitar el proceso de inscripción mediante enlaces directos.
- Establecer un diálogo activo con los estudiantes a través de contenido interactivo.
- Fortalecer la conexión entre la Preparatoria ITESO y su comunidad estudiantil.

Estas publicaciones se estarán replicando en una cuenta creada en alianza con el área de comunicación, dedicada exclusivamente a internacionalización, con el fin de crear un posicionamiento de las experiencias académicas en la mente de nuestro mercado meta. El objetivo es atraer de manera orgánica a la audiencia hacia esta cuenta oficial de Instagram, en la cual se compartirá contenido centrado únicamente en temas relacionados con la internacionalización. Esto lleva a la cuarta fase del proyecto.

En esta última fase, con la nueva cuenta, la interacción se volvió exclusiva para los estudiantes inscritos, quienes vivirán la experiencia académica en el extranjero. Se publicará contenido informativo, como recomendaciones sobre qué llevar durante su estancia en otro país, documentación necesaria, fechas importantes, entre otros puntos clave.

Gracias a la iniciativa y visión estratégica de este proyecto, se experimentó una transformación desde su creación. Donde se le propuso al área de Comunicación e Internacionalización ampliar el enfoque más allá de las estancias académicas en Irlanda, abarcando todas las oportunidades internacionales que ofrece Preparatoria ITESO.

La estrategia para el lanzamiento de la nueva cuenta se centró en un crecimiento orgánico y sostenible. Diseñando una estrategia que incluía el anclaje de tres publicaciones clave, cuidadosamente seleccionadas para capturar la esencia de la internacionalización y las estancias académicas. Estas publicaciones, junto con información general sobre las oportunidades disponibles, establecieron las bases para construir una comunidad digital sólida.

Este enfoque no solo aumentó la visibilidad de todas las estancias, sino que también creó una plataforma sólida para futuras iniciativas de internacionalización, destacando el valor que aporté al proyecto. A continuación, se muestra en la Figura 24, dos de las imágenes ancladas en la cuenta de Instagram de Internacionalización.

Figura 24.

Información estancias académicas.



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

La tercera imagen anclada fue diseñada en base al proyecto y en contribución con el área de comunicación, un proceso que lideré en estrecha colaboración con el área de comunicación. La visión era capturar la verdadera esencia de las estancias académicas en una sola imagen. Trabajando mano a mano con el equipo de comunicación, analizamos múltiples opciones para asegurar que la imagen elegida no solo fuera visualmente atractiva, sino que también comunicara eficazmente los valores y oportunidades de las estancias académicas. Entre mi propuesta estratégica y la experiencia del área de comunicación resultó en una selección que resonó con el público objetivo.

La imagen final, resultado del esfuerzo colaborativo, se convirtió en un elemento central de presencia en redes sociales, estableciendo el tono para toda la estrategia de comunicación y reforzando el mensaje clave del programa de internacionalización, como:

- **Interacción Social:** la fotografía busca el concepto del filósofo Lev Vygotski sobre la importancia de la interacción social en el proceso de aprendizaje. Según Vygotski, esta interacción es importante para el desarrollo, el aprendizaje y el fortalecimiento de habilidades, por lo que las estancias académicas, al propiciar el contacto con diferentes culturas, potencian el compromiso social de los estudiantes y amplían sus horizontes.
- **Educación Intercultural:** esta misma imagen también demuestra una educación intercultural, ya que como lo decía el antropólogo alemán Günter Dietz “una educación intercultural es una educación más democrática e igualitaria en una sociedad más justa y solidaria” (Dietz, 2012, pág. 49). Por lo que, Preparatoria ITESO busca promover la creación de lugares donde los estudiantes se puedan expresar, comprender y comunicar diversas expresiones culturales tanto dentro como fuera de la institución.

A continuación, se muestra en la Figura 25, la imagen anclada en la cuenta de Instagram de Internacionalización representando una estancia académica:

Figura 25.

Información estancias académicas.



Nota. Elaboración propia. Datos obtenidos del estudio y análisis de los puntos previos.

6.2. Aspectos de Mejora para Intervenciones Subsecuentes

Uno de los aspectos limitantes durante la intervención es la comprensión de los procesos de comunicación institucional. Estos procesos tienen un reglamento que impiden la creación de cuentas en redes sociales de diferentes áreas del departamento sin la debida autorización. Es importante cumplir con estos procedimientos para obtener la aprobación necesaria para habilitar nuevas cuentas.

En el desarrollo del proyecto de intervención, se encontraron complicaciones al solicitar el "permiso" para abrir una cuenta exclusiva dedicada a la internacionalización de Preparatoria ITESO. Este desafío aumentó debido a los plazos en tiempo que se tenían: las estrategias finales del proyecto se presentaban en mayo y, en agosto, comenzaba un nuevo ciclo escolar, lo que

implicaba que la estrategia de comunicación para las experiencias académicas no contaba con el tiempo suficiente para conseguir dicho permiso. Ante esta situación, se decidió proceder con la apertura de la cuenta sin seguir el proceso habitual, pero con la aprobación de la dirección de Preparatoria ITESO, lo que permitió continuar con la estrategia del proyecto.

Otra complicación surgió al inicio del IDI3, cuando se intentó obtener información de estudiantes que ya habían participado en experiencias académicas o de la coordinación de internacionalización. Muchos de ellos se encontraban fuera del país, ya que el primer semestre del año es el periodo en que se llevan a cabo dichas experiencias. Esto dificultó la posibilidad de coincidir con sus tiempos. Por ello, se optó por iniciar con la recopilación de prospectos para estas experiencias.

Posteriormente, tras el regreso de los estudiantes y profesores, se llevaría a cabo una investigación más a profundidad. En este proceso, también se solicitó permiso a los profesores para realizar entrevistas durante sus clases.

Conclusiones

Desde el inicio de esta intervención, se identificó que la baja inscripción en las experiencias académicas de Preparatoria ITESO en Irlanda no representaba un problema aislado, sino la consecuencia de factores entrelazados como la limitada visibilidad del programa, el uso poco estratégico de los canales de comunicación y la insuficiente diferenciación del valor agregado. En respuesta, se diseñó e implementó una estrategia de posicionamiento basada en herramientas de mercadotecnia digital, logrando resultados que no solo alcanzaron los objetivos establecidos, sino que también fortalecieron las bases para la internacionalización educativa en la institución.

Uno de los mayores logros fue la creación y lanzamiento de la cuenta de Instagram @prepaitesointernacional, la cual, en solo dos semanas, alcanzó 141 seguidores. Esta cuenta no solo se convirtió en un canal para la difusión de las experiencias académicas, sino también en una plataforma interactiva que conectó con estudiantes, padres de familia y la comunidad educativa. La estrategia de contenido implementada incluyó historias dinámicas, encuestas y enlaces directos para inscripciones, demostrando la importancia de la estimulación visual y la interactividad como herramientas clave para captar la atención y motivar a los estudiantes a participar en estas experiencias.

El objetivo principal de esta estrategia para la intervención fue la planificación para posicionar las experiencias académicas en Irlanda de Preparatoria ITESO:

- Difusión: al inicio del ciclo escolar y las clases de idiomas para difundir información sobre los programas, con el apoyo de los profesores de idiomas y la Coordinación de Internacionalización.
- Campaña en redes sociales: para promocionar la sesión informativa de las estancias académicas.
- Sesión informativa virtual: dirigida a padres de familia y estudiantes, donde se presentaron los detalles de las experiencias académicas.

- Creación de contenido interactivo: una estrategia de comunicación en Instagram con contenido interactivo que incluyó historias, encuestas, y enlaces directos a la página de inscripciones, para generar interés y facilitar la participación.

Este enfoque confirmó que la comunicación visual, acompañada de mensajes claros y emocionales, tiene un impacto decisivo en la percepción y decisión de los participantes.

Otra de las atribuciones fue el interés que esta iniciativa despertó en otras instituciones educativas, como Prepa IBERO México, que identificó el valor de las experiencias académicas ofrecidas por Preparatoria ITESO. Este interés derivó en una colaboración estratégica que permitió que los estudiantes de Prepa IBERO México se unieran a estas experiencias académicas junto con los alumnos de Preparatoria ITESO. Esta alianza no solo amplió el alcance del programa, sino que también fortaleció la cooperación con otras instituciones, consolidando una oferta educativa innovadora para ambas comunidades escolares.

El impacto de esta estrategia se refleja tanto en los resultados como en las oportunidades de crecimiento a largo plazo. A través del fortalecimiento de la presencia digital y la creación de alianzas estratégicas, el programa no solo superó desafíos previos, sino que también estableció un modelo de promoción adaptable y escalable. Este modelo combina creatividad, tecnología y un entendimiento de las dinámicas de comunicación con la audiencia, sentando las bases para futuras iniciativas en el ámbito de la internacionalización educativa.

Este proyecto me brindó la oportunidad de aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en la maestría en un contexto real. Aprendí la importancia de la planificación estratégica, la flexibilidad para adaptarme a los imprevistos, y la perseverancia para superar las barreras institucionales.

Mi aprendizaje clave al desarrollar las estrategias fue la importancia de basar las decisiones en datos concretos y el entendimiento de la audiencia. Analizar las respuestas de los cuestionarios, *focus groups* y las entrevistas me permitió comprender no solo lo que querían los estudiantes, sino también por qué. Descubrí que las motivaciones para participar en programas

internacionales iban más allá de lo académico, abarcando el deseo de crecimiento personal, la exploración cultural y la construcción de un futuro más amplio.

La experiencia de crear una nueva plataforma de comunicación en Instagram @prepaitesointernacional me enseñó la importancia de la innovación y la adaptación a las nuevas tecnologías para alcanzar mercados específicos.

La combinación de los resultados obtenidos permitió la creación de dichas estrategias desde la difusión en clases durante el ciclo escolar, la campaña en Instagram, la sesión informativa y la creación de contenido interactivo ha permitido conectar con estudiantes y padres. Además, el lanzamiento de la cuenta en Instagram @prepaitesointernacional ha fortalecido la visibilidad y el interés en estas experiencias académicas.

También se desarrolló una parrilla de contenido para redes sociales, organización de una sesión informativa virtual para padres de familia y estudiantes y difusión de información en clases de idiomas. Sin embargo, la evaluación del impacto de la estrategia en el aumento de las inscripciones se pospone para el siguiente ciclo escolar, debido al tiempo del proyecto.

La colaboración con las áreas de Comunicación e Internacionalización fue fundamental para la intervención del proyecto y me permitió comprender la dinámica de trabajo en una institución educativa. Considero que la experiencia fue enriquecedora y me proporcionó herramientas valiosas para mi desarrollo profesional.

Una de las lecciones que me dejó el proyecto fue la importancia de entender al público objetivo. La decisión de un estudiante para participar en un programa académico en Preparatoria ITESO no solo está influenciada por el costo o la disponibilidad de tiempo, sino también por factores emocionales como el deseo de explorar nuevas culturas, superar retos personales y académicos, y cómo estas experiencias podrían impactar su futuro. Este entendimiento me ayudó a diseñar estrategias más enfocadas en lo emocional, alineando la promoción del programa con los valores y aspiraciones de los estudiantes y sus familias.

Así mismo, comprendí la relevancia de la mercadotecnia digital en el ámbito académico. Identifiqué una oportunidad en el uso estratégico de las redes sociales y plataformas digitales para la promoción de programas académicos, un área tradicionalmente relegada a medios más convencionales.

Desarrollar una estrategia digital me permitió adaptar los mensajes a diferentes plataformas, medir su efectividad en tiempo real y ajustar la campaña según los resultados. Aprendí la importancia de la flexibilidad y la adaptación constante a los cambios del entorno para mantener el rumbo hacia los objetivos.

Otro aspecto del aprendizaje fue la importancia de la flexibilidad y la capacidad de adaptación. A lo largo de la implementación de la intervención, surgieron imprevistos y cambios en las condiciones del entorno. Tener la capacidad de ajustar la estrategia conforme avanzaba el proyecto fue esencial para mantener el rumbo hacia los objetivos planteados. Esta experiencia me enseñó que los proyectos de intervención no son lineales, sino que requieren una constante revisión y ajuste de acciones para maximizar los resultados.

En suma, este trabajo de obtención de grado además de enriquecer mis conocimientos específicos en materia de mercadotecnia amplió la dimensión de mi comprensión sobre la importancia del impacto de la colaboración entre equipos y áreas. Trabajar con la Coordinación de Internacionalización, el área de Comunicación y la Dirección de Preparatoria ITESO fue esencial para implementar una estrategia coherente y bien articulada.

Referencias Bibliográficas

- Bauman, Z. (2015). *Modernidad Líquida*. México: Fondo de cultura económica.
- Conrad Levinson, J. (s.f.). *Mezcla de mercadotecnia: producto, precio, promoción y plaza*.
Obtenido de Repositorio UPTC EDU:
<https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/4029/2865.pdf?sequence=1>
- Darder, A. (s.f.). *Freire y Educación*. Madrid: Morata S.L.
- Deval, J. (2007). *SCIELO*. Obtenido de www.scielo.org.mx
- Dietz, G. (2012). *Multiculturalismo, interculturalidad y diversidad en la educación*. Fondo de cultura económica .
- Dubet, F. (2006). *El declive de la institución*. Barcelona, España: Gedisa, S.A.
- Duminuco, V. S. (2016). *Pedagogía Ignaciana*.
- Educatics. (2024). *Educatics*. Obtenido de <https://educatics.ar/aspectos-positivos-de-las-redes-sociales/>
- Gobierno de México. (2023). *Secretaría de educación pública*. Obtenido de <https://educacionmediasuperior.sep.gob.mx/>
- Herrera Pavo, M., Espinosa Rodríguez, J., & Orellana Navarrete, V. (2021). *Ruta Pedagógica 2030*. OEI.
- Ibañez, J. L., & Manzano, R. (2008). *POSICIONAMIENTO: ELEMENTO CLAVE DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING*. Madrid, España: IE, María de Molina.
- ITESO. (2003). *Misión, Orientaciones Fundamentales*. Obtenido de Centro Virtual de Pedagogía Ignaciana: <https://pedagogiaignaciana.com/biblioteca-digital/biblioteca-general?view=file&id=2420:mision-y-orientaciones-fundamentales&catid=8>
- Kotler, P. (1999). *El marketing según Kotler*. Barcelo, España: Paidós Ibéria.
- Lantolf, J., & Poehner, M. (2014). *Sociocultural Theory and the Pedagogical Imperative in L2 Education*. Taylor & Francis.
- Llorente Alonso, C. (2019). *Marketing Educativo, Capacitación y fidelización de alumnos*. ESIC.
- Miguel Santesmases, F. J. (2014). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Patria.
- Mora, F., & Schupnik, W. (2010). *El posicionamiento: La guerra por un lugar en la mente del consumidor*. Mercadeo.com. Obtenido de Mercadeo.com.
- Navarro Cordova, C. C. (2019). *Promoción de marketing y posicionamiento*. Perú: Redalyc.
- O.C, F., & Michel D., H. (2012). *Estrategia de marketing*. CENGAGE Learning Editores.
- Páez Díaz de León, L. (2001). *La Teoría Sociológica de Maz Weber*. México: UNAM.
- Passportindex. (2023). *Passportindex*. Obtenido de <https://www.passportindex.org/>
- Peiró, R. (2010). *EDU.LAT*. Obtenido de EDU.LAT:
<https://definicion.edu.lat/economia/marketing-educativo.html>

- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2008). *Modelo educativo - Qué es, definición y concepto*.
- Porter, M. E. (2008). *¿Qué es la estrategia?* Chile: PUC-Chile.
- PREPA ITESO. (2021). *Modelo Educativo de Preparatoria ITESO*. Guadalajara.
- Rodriguez Ardua, I., Bigné Alcañiz, J. E., Kuster Boluna, I., Del Barrio García, S., Sanchez Franco, M. J., & Suárez Vázquez, A. (2007). *Estrategias y técnicas de comunicación*. Barcelona: UOC.
- Rovira Salvador, I. (24 de Abril de 2018). *Psicología educativa y del desarrollo*. Obtenido de <https://psicologiymente.com/desarrollo/modelo-pedagogico-tradicional>
- Sampaollessi, L. (21 de Mayo de 2021). *aulica*. Obtenido de aulica: <https://aulica.com.ar/marketing-educativo/>
- Sánchez Luna, G. (S/F). *El viaje de estudio como experiencia de aprendizaje: UPAEP*. Obtenido de www.investigacion.upaep.mx
- Tylor, E. (1871). *La cultura y sus procesos*.

Anexo 1 Resultados *Focus Group*

Alma: Y bueno, no sé si ya vieron en el *Teams*, mi nombre es Alma, entonces pueden llamarme Alma o Banda, me llaman por el apellido. Y siéntanse libres, no es como que le voy a preguntar a uno por uno, cada uno puede contestar, pero sí que participen todos y me digan todo. Entonces, me gustaría comenzar y me platicuen ¿cómo fue su experiencia, ¿qué fue lo que les motivó a ir a este tipo de experiencias en Irlanda?

A: Yo siempre he sido una persona que viaja y la verdad sin duda yo quería ir a Irlanda.

Alma: Pero ahorita me platicas que siempre te ha gustado mucho viajar, pero ¿hubo algo en específico que te motivara a ir a Irlanda?

B: Yo prefería un viaje a una fiesta de 15 años, entonces también fue eso como que se cruzó el regalo. Y también me interesaba viajar sola, y me gustó como el programa, o sea, porque eso que decían que no solo iba a ser cultural, sino también estudiar, entonces me interesó esa parte, y por eso también estudié.

Alma: También me gustaría que me platicaran cuáles fueron esos desafíos que se encontraron durante su experiencia allá, que vieron de diferente aquí en México, que para ustedes fueron desafíos.

C: Pues en sí desafíos no, digo, el idioma, pues creo que todos hablamos inglés, y por ejemplo en una salida se perdió una cartera una vez, y si fuera aquí en México no la habíamos recuperado, pero allá volvimos y ahí estaba.

A: Y se me cayó como dos veces, y la recuperamos. Y la recuperamos dos veces.

C: Entonces, siento que el desafío era el clima, que, si nos estábamos muriendo de frío muchas veces, y administrar el dinero, porque yo si me acabé todo el dinero muy rápido, entonces creo que eso fue como lo que más me costó.

D: Como hacer una conversión de pesos a euros, y estar como calculando cuánto tengo que gastar para que no se me acabe, o no gastarlo todo en tonterías, eso fue como lo que más me costó.

Alma: Muy bien, ¿por acá?

E: A mí lo que más me costó era que yo realmente no podía salir sola a ningún lado, porque si no, no iba a saber cómo regresar.

Pero sí, o sea, me sirvió porque tuve que aprender a ubicarme hasta cierto punto, que fue relativamente fácil, porque pues siempre estamos en los mismos tres puntos, por lo menos sabía cómo regresar, de qué hacer, ¿no? Y sí, lo mismo, creo que administrar el dinero, o sea, decir, comprar de qué recuerditos y así, pero también pensar que iba a estar 15 días yo sola, que sí había como comidas incluidas o así, pero había otras cosas que no, y eso, o sea, como ir administrando cosas que sí me quería llevar, y pues sobreviví.

F: Bueno, creo que hasta eso a nosotros el clima nos tocó bien, porque la verdad yo en ningún momento tuve frío, o sea, fue el primer día que llovió bien, y eso nada más estuvo chispeando, pero la verdad es que había buen clima, o sea, realmente yo nunca tuve frío. Y eso, o sea, creo que lo más grande fue eso de como la dirección y todo eso.

Alma: Ok, ¿alguien más?

B: No, pues a mí, creo que el desafío más grande fue el clima, porque yo tenía muchísimo frío, y luego, por ejemplo, el primer día no me tocó, yo creo que fue porque ni siquiera había empezado a chispear, y ya estaba lloviendo horrible, y entonces no tenía tiempo de como sacar el invernadero ni nada, entonces casi casi nos estábamos enfermando, pero pues sí, ya de ahí nada más hacía como que un poquito frío, entonces ya nada más de que sacar la sudadera y luego volverla.

Anexo 2 Resultados Entrevistas Semiestructuradas

Tony: Mi nombre es Marco Antonio Landeros Rico, actualmente coordino Formación Ignaciana en PREPA y TESO.

Alma: Muchas gracias, Tony. Vamos a empezar con una entrevista acerca de lo que es la Formación Ignaciana y el compromiso social dentro del modelo educativo de PREPA ITESO, por lo cual me gustaría comenzar en que nos platicaras ¿cómo es que se refleja el compromiso de la educación jesuita en PREPA ITESO?

Tony: Ok, para esta primera pregunta de ¿cómo se refleja este compromiso de la educación jesuita en PREPA ITESO? pues tenemos que enmarcarnos también desde la propia propuesta educativa de PREPA ITESO.

Es decir, hay algunos elementos fundamentales que están presentes en esta propuesta educativa y de donde podemos partir desde las propias asignaturas que se pensaron. Es decir, más allá de la asignatura de formación ignaciana que está presente en los tres años de preparatoria, es cómo la educación, la propuesta ignaciana está presente en matemáticas, en química, en historia y eso lo podemos ver no solamente a través de los temas que se hacen o que se tocan, sino también desde la pedagogía ignaciana. Es decir, cómo se imparten esas asignaturas, cuál es la pedagogía que se utiliza y también la forma en la que el profesor imparte esas asignaturas y pues ahí es donde está el elemento también del acompañamiento ignaciano, de acompañar a nuestros estudiantes también en la pedagogía, pero también en su persona.

Entonces ahí podemos encontrar dos elementos importantes, una que es la pedagogía ignaciana y el acompañamiento ignaciano, que damos por supuesto que se está impartiendo en las clases, no solamente de formación ignaciana, sino también en las demás asignaturas. Un caso muy concreto que podemos encontrar en PREPA ITESO, pues son los nodos. Los nodos son este espacio donde dialogan varias asignaturas y donde aquí hay otro elemento importante, donde se trabaja a través de alguna problemática y las alternativas que surgen y ahí podemos

ver muy claramente la propuesta ignaciana de ver la educación como una herramienta transformadora de la persona, pero también de los entornos.

Entonces los nodos nos permiten esa posibilidad de que los estudiantes vayan viendo la educación de cara a la realidad, el contexto en el que están viviendo y se vayan sintiendo parte o vayan viendo alternativas para poder mejorar los espacios, los entornos que habitan. Eso en un primer momento lo podemos hablar en la currículum y parte de la currículum pues también podemos hablar de otro tipo de experiencias como son los campamentos jesuitas que se tienen uno por año, donde se va viviendo también esta espiritualidad ignaciana y otro tipo de actividades curriculares como pueden ser las experiencias de cada grado en primer año, la experiencia de encuentro que tiene que ver con que los estudiantes pues vayan de voluntarios y vean el servicio como un eje importante en su vida a través del cual se pueden ir construyendo con otras personas y puedan ir conociendo otros entornos.

Ale: Claro que sí, Alma, mucho gusto. Mi nombre es Alejandra Ibarra, y este es mi tercer ciclo a cargo de la Coordinación de Internacionalización, bueno, de Idiomas de Internacionalización, aquí en la PREPA ITESO.

Alma: Ok, Ale, vamos a comenzar con las preguntas para saber un poco más sobre las experiencias académicas que brinda PREPA-ITESO y todo lo que conlleva estas experiencias. Y me gustaría comenzar, que nos platicaras, basándonos en la interculturalidad de PREPA-ITESO, ¿cómo se fomenta la habilidad de los estudiantes para entender, apreciar y expresar emociones a través del descubrimiento de nuevas culturas?

Ale: Va, pues mira, aquí en PREPA-ITESO, en lo muy puntual de la interculturalidad, creo que la abordamos desde dos vertientes.

Desde el área de internacionalización, para toda esta cuestión de culturas de otras naciones, pero culturas, digamos las micro culturas dentro de aquí de México y demás, o aprecio de la propia cultura se hace a través del área de extracurriculares y artísticas que maneja Oscar. Entonces, creo que está dividido como en dos vertientes. Desde internacionalización, nosotros

lo hacemos con esta conversación y convivencia que, en cada uno de estos viajes, hablando de lo puntual de las experiencias académicas, en el que los estudiantes conviven con los locales, tanto con estudiantes, como con los profesores, como con las personas que organizan los viajes.

Además, se hacen visitas a museos, colaboraciones con organismos no gubernamentales, como para tener el equivalente de su experiencia laboral o de experiencia de labor social, en un contexto distinto, como por ejemplo en Irlanda, que apoyan con la restauración de casas que se usan para los refugiados que van de Siria y de Ucrania, por ejemplo. Y también, una manera en la que, porque mencionas la cuestión de las emociones, y para apreciar y expresar este reconocimiento por otras culturas, en estos viajes que se tienen, al final del día tenemos un espacio de reflexión o como de recuperación, desde un poquito haciendo como alusión a la práctica del discernimiento ignaciano, de pensar en a qué me convocó, de qué me di cuenta, qué me hizo sentir, qué reflexioné, qué observé, en el que se fomenta a través de las preguntas o interacción, el diálogo que tenemos con los chicos, hacemos como una asamblea, en la que tenemos la oportunidad de comparar y contrastar nuestro contexto más cercano, México, Guadalajara, Jalisco, con lo que estamos viendo en ese otro país o en esa otra ciudad. Entonces, empezamos a hablar de cosas como las interacciones de las personas, son amables o no desde nuestro punto de vista, qué notan que es distinto a la hora de relacionarse con los demás, inclusive cosas de paisaje, cosas de acomodos de espacios, las palabras y modos que utilizan las personas para comunicarse con nosotros.

Por ejemplo, también cuando se va a los museos o hasta los nombres de las calles, a qué hacen alusión, son figuras históricas, son ciudades, son a veces hasta cuestiones de astronomía. Entonces, empezamos a reflexionar respecto a qué les dice ese nuevo contexto que les llama la atención y que te da indicadores de qué es lo que para esa cultura en particular es importante. Entonces, eso nos hace reflexionar.

Carlos: Hola, soy Carlos Aguayo Castañedo, Coordinador Académico de Prepa ITESO.

Alma: Hola Carlos, mucho gusto. Pues me gustaría comenzar con que nos platicaras ¿cómo es que se fomenta la creatividad entre los estudiantes dentro del modelo educativo de Prepa ITESO?

Carlos: Bueno, pues adicional a las asignaturas que obviamente ven en esta parte de la creatividad, como son las asignaturas de arte que llevan los chicos de primero a cuarto semestre, también dentro de las actividades que se les, o dentro de los retos que se les proponen en los distintos nodos, ya sea nodo de comunicación o nodo STEM o nodo de identidad, pues los chicos tienen que ir haciendo uso cada vez más de su creatividad para la resolución de problemas, para la proposición de, bueno, para elaborar propuestas que quieran presentar referentes a las problemáticas que están abordando.

Alma: ¿Nos podrías platicar un poquito más sobre qué son esos nodos?

Carlos: Sí, claro. Los nodos es la combina, es un espacio en el que se trabajan proyectos, en el que convergen dos o tres asignaturas distintas que se llevan en el mismo semestre. Las asignaturas, digamos que cada una dona una hora para que exista este espacio de nodo, que es un espacio de trabajo de dos o tres horas seguidas en la semana, y los cuales, dependiendo la naturaleza del nodo, pues se les plantea, se les presenta a los chicos una problemática sobre la cual pues se trabaja en sensibilizarlos al respecto, en que conozcan, hay algunas que van acompañadas con experiencias y pues a partir de ahí la idea es que ellos hagan análisis o hagan propuestas de soluciones.

Alma: Muchas gracias, Carlos. Y conforme, ¿cómo es que el modelo educativo de preparatoria ITESO se adapta a las demandas que tiene el mundo actual?

Carlos: Bueno, pues justamente los nodos son parte de eso, ya que siempre están vinculados a problemas de la realidad y del entorno. Entonces hacemos que los, llevamos a los chicos a que trabajen sobre cuestiones que están sucediendo en estos momentos y la idea es que con las habilidades que desarrollen, pues más adelante cuando ellos quieran atender alguna

otra problemática, bueno tengan las herramientas necesarias para voltear a ver la realidad y entonces poder hacer propuestas sobre lo que esté sucediendo en ese momento.

Y bueno, por otra parte, yo creo que también en la parte de la capacitación de los profesores, ahorita estamos haciendo mucho trabajo en el uso y apropiación y regulación del uso de inteligencia artificial, que es algo que los chicos están usando, son cosas que están pasando, demandas en el mundo actual del día a día, en las cuales nosotros justamente estamos poniéndonos al corriente y al tanto para poder orientar a los chicos de la mejor forma a utilizar este tipo de herramientas y para que nosotros también las podamos utilizar y para que nosotros también podamos reconocer cuando algún alumno la utiliza en momentos que no tendrían que usarla.

Glosario

A

alcance · Véase delimitación

Análisis causa-efecto · 2, 8

Antecedentes · 7

antecedentes históricos · Véase

Antecedentes

asesores

también "asesor" · 6, 10, 12, 13, 14, 15,
16, 17, 18

C

categorías de información · Véase Metas de
información

Conceptos o enfoques teóricos · Véase
Estado de la cuestión

cronograma · 14, 16

Cronograma de trabajo · Véase cronograma

D

delimitación · 9, 11

E

enfoques teóricos · Véase Marco
conceptual o de referencia

especialistas que asesoren · Véase Asesor

estado de la cuestión · 10, 11

Estado de la cuestión · 2, 10

estados de la cuestión · Véase Estado de la
cuestión

estrategia metodológica · 2, 12, 13, 17, 18

estrategias metodológicas · Véase
estrategia metodológica

H

hallazgos · 2, 4, 7, 16, 18

herramientas · Véase Herramientas, Véase
Herramientas

Herramientas · 2, 11, 13, 15

herramientas de recopilación de
información · Véase Herramientas,
Véase Herramientas

herramientas o instrumentos · Véase
Herramientas

I

IDI I

Primera asignatura relacionada con
investigación, innovación y desarrollo,
permite desarrollar aspectos
metodológicos relacionados con el
trabajo · 6, 7, 8, 9, 10, 13

IDI II

Segunda asignatura correspondiente a la
investigación, desarrollo e innovación ·
10, 11, 12, 13, 14, 15

IDI III

Tercera asignatura sobre investigación,
desarrollo e innovación · 16, 17

Imprevistos · 2, 14

instrumentos de recopilación de información
· Véase Herramientas

M

marco conceptual · 10, 18

Marco conceptual o de referencia · 2, 10

Matriz de marco lógico · 2, 8

Metas de información · 2, 13, 15

muestra · Véase Muestra o sujetos de
investigación, Véase Muestra o sujetos de
de investigación

muestra o sujetos de investigación · Véase
Muestra o sujetos de investigación

Muestra o sujetos de investigación · 2, 13

O

objetivos · 6, 8, 9, 13, 14, 15, 18

P

Palabras clave · 4

problema · 2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 16,
17, 18, 19

proceso de aplicación o intervención · 13,
16

proceso de aplicación/intervención · Véase
proceso de aplicación o intervención

T

TOG

Trabajo de Obtención de Grado · 3, 4, 6,
7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19

tutor

Responsable del proceso de
acompañamiento directo con el
estudiante · 4, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13,
14, 15, 16, 17, 18, 20

tutores · Véase tutor

Índice de siglas

TOG: Trabajo de Obtención de Grado.

IDI: Investigación, Desarrollo e Innovación.

DEAM: Departamento de Economía, Administración y Mercadología.

ITESO: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.