



Estudio de pertinencia y factibilidad para la Maestría en Dirección Estratégica en Marketing

Feasibility and pertinence study for the Master's Degree in Strategic Marketing Management

Nestor Joel González-Alemán

Bluefields Indian & Caribbean University, BICU, Nicaragua.

<https://orcid.org/0000-0002-5006-4964>
ngonzalezaleman@yahoo.es

Luis Israel Hernández Urbina

Bluefields Indian & Caribbean University, BICU, Nicaragua.

<https://orcid.org/0009-0002-9537-551X>
lhurbina23@gmail.com

RECIBIDO

18/08/2025

Joasir Alexander Pineda Wilford

Bluefields Indian & Caribbean University, BICU, Nicaragua.

<https://orcid.org/0009-0006-9943-5339>
joasir.pineda@do.bicu.edu.ni

Norberto Antonio López Matus

Bluefields Indian & Caribbean University, BICU, Nicaragua.

<https://orcid.org/0009-0006-5847-1472>
norberto.lopez@bicu.edu.ni

ACEPTADO

09/04/2026

Carlos Adrián Obando-González

Bluefields Indian & Caribbean University, BICU, Nicaragua.

<https://orcid.org/0009-0006-0492-6697>
carlos.obando@do.bicu.edu.ni

Jhonny Francisco Mendoza

Bluefields Indian & Caribbean University, BICU, Nicaragua.

<https://orcid.org/0000-0001-7634-5601>
jhonny.mendoza@bicu.edu.ni

Yanira Suyen Polanco Mejía

Bluefields Indian & Caribbean University, BICU, Nicaragua.

<https://orcid.org/0009-0002-7021-447X>
yanira.polanco@do.bicu.edu.ni

RESUMEN

El estudio de pertinencia y factibilidad para la maestría en Dirección Estratégica en Marketing obedece a la demanda de formación y educación continua de los egresados de la Bluefields Indian & Caribbean University (BICU). El objetivo del estudio fue analizar la pertinencia y factibilidad de la propuesta de Maestría en Dirección Estratégica en Marketing. Hasta el año 2023, BICU registra un total de 5,430 estudiantes egresados titulados en las distintas áreas del conocimiento. El 49.13%, pertenecen a estudiantes del Área de Conocimientos de Ciencias Económicas y Sociales (ACCES), el 68.25% son mujeres. El estudio es de tipo exploratorio de corte transversal y se desarrolló a a partir de la base de datos de egresados graduados hasta el 2023, considerada como población de estudio, de la cual se seleccionó una muestra. Para el estudio se utilizó la base de datos de egresados titulados de la universidad, facilitada por el registro académico. Se diseñó una encuesta digital en Google Forms que se aplicó a 245 estudiantes con una participación del 56.7% de mujeres en un rango de edad entre 18 y 25 años. Los datos se analizaron mediante el uso de tablas dinámicas en Excel y el programa estadístico SPSS. La modalidad y el costo fueron los factores determinantes para continuar la formación y profesionalización. Se presentaron un total de 11 propuestas de maestría y 23 de especialización y/o diplomados. El 90% considera que el costo de la maestría no debería superar los 3,000.00 dólares y 450.00 dólares para el caso de las especialidades y/o diplomados. Uno

PALABRAS CLAVE

Posgrado; educación continua; calidad; viabilidad y estudio de mercado.



de los principales factores a considerar es que el 46.9% de los egresados titulados son de la sede central, el 58% poseen trabajo fijo y 18.7% trabaja por cuenta propia. Finalmente, el estudio permitió identificar datos sobre los costos, modalidades y preferencias de los estudiantes en cuanto a temas de maestrías y posibles especialidades, los cuales aportan elementos para valorar la pertinencia y factibilidad de la propuesta.

ABSTRACT

This feasibility and pertinence study for the master's degree in strategic marketing management responds to the demand for continuing education and professional development among graduates of Bluefields Indian & Caribbean University (BICU). The objective of the study was to analyze the relevance and feasibility of the proposed master's in strategic marketing management. As of 2023, BICU has a total of 5,430 graduates with degrees in various fields of study. Of these, 49.13% are graduates from the Area of Economic and Social Sciences (ACCES), and 68.25% are women. This is an exploratory cross-sectional study based on the database of graduates up to 2023, which served as the study population from which a sample was selected. The study utilized the university's database of graduates, provided by the academic registry. A digital survey was designed in Google Forms and administered to 245 students, with 56.7% of participants being women aged 18 to 25. The data were analyzed using pivot tables in Excel and the SPSS statistical software. The format and cost were the determining factors for continuing education and professional development. A total of 11 master's degree programs and 23 specialization and/or certificate programs were presented. 90% believe that the cost of a master's degree should not exceed \$3,000.00 and \$450.00 for specializations and/or certificate programs. One of the main factors to consider is that 46.9% of the graduates are from the main campus; 58% have permanent jobs, and 18.7% are self-employed. Finally, the study identified data on costs, formats, and student preferences regarding master's degree topics and potential specializations, which provide insights for assessing the relevance and feasibility of the proposal.

KEYWORDS

Graduate studies; continuing education; quality; feasibility and market research.

INTRODUCCIÓN

159

Bluefields Indian & Caribbean University (BICU), es una Institución de Educación Superior (IES) (CNU, 2023a), según (CU, 2023) se define como una Universidad Comunitaria e Intercultural creada para atender a los pueblos de las Regiones Autónomas del Caribe Nicaragüense en el marco de la Autonomía Regional que a través de sus funciones institucionales ha logrado ubicarse como una excelente alternativa para contribuir de forma directa al desarrollo humano y sostenible del Caribe Nicaragüense.

De acuerdo al Diccionario Etimológico Castellano en línea la palabra pertinencia expresa la cualidad de ser conveniente, ajustado y apropiado a algo (<https://etimologias.dechile.net/>, n.d.), para (UNESCO, 1999), “la pertinencia de la educación superior debe evaluarse en función de la adecuación entre lo que la sociedad espera de las instituciones y lo que éstas hacen”. En el siglo XXI la educación superior no sólo tendrá que ser pertinente sino que, además, esa pertinencia será juzgada en términos de productos, de la contribución que la educación superior haga al desempeño de la economía (Gibbons, 1998).

La pertinencia tendrá que ser demostrada, no una vez sino continuamente. Los imperativos económicos barrerán con todos lo que se les oponga y “si las universidades no se adaptan, se las dejará de lado” (Gibbons, 1998). En el caso de la Factibilidad la Etimología lo define como la posibilidad de poder ser hecho (<https://etimologias.dechile.net/>, n.d.). El marketing es el conjunto de estrategias y técnicas enfocadas en identificar, anticipar y satisfacer las necesidades del consumidor de manera rentable (<https://etimologias.dechile.net/>, n.d.).

El principio de pertinencia y factibilidad consiste en que la educación superior responda a las expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional, y al régimen de desarrollo, a la prospectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y a la diversidad cultural (C. G. A. Peña & Rodríguez, 2017).

Una propuesta de maestría debe tener relevancia social, académica y vislumbrar la posibilidad de ejecutarse (Jiménez Terrazas, 2021), pero también debe proporcionar una formación que esté en consonancia con las exigencias del mercado laboral y las expectativas de los estudiantes (Terrazas et al., 2023). También se debe realizar un análisis exhaustivo del mercado laboral, necesidades de la sociedad, infraestructura académica disponible y las políticas gubernamentales (Londoño, 2024).

Por tal razón y, en coherencia con esa responsabilidad, BICU, a través de la Comisión de Estudios de Posgrado y Educación Continua (CEPEC), realizó un estudio de pertinencia y factibilidad para ofertar La Maestría en Dirección Estratégica en Marketing, la cual es una propuesta académica de ACCES. Se considera que es conveniente ya que se tiene la capacidad, se cuenta con la infraestructura académica, forma parte de las líneas estratégicas y de las políticas de la educación superior.

Con esta propuesta, BICU, ofrece al estudiante la oportunidad de continuar con su formación profesional y desarrollar habilidades para tomar decisiones oportunas, formular y ejecutar estrategias en Marketing que le permitan lograr los objetivos de la empresa y/o institución donde labore.

Lograr lo anterior es un compromiso y responsabilidad de la universidad BICU, no sólo con los sujetos en formación, sino que ha de ser quien propicie una serie transformaciones sociales, genere conocimiento, preserve y difunda la cultura y marque la toma de decisiones

para la mejora y el desarrollo del estado, proyectándolo a nivel nacional, es por ello que se ha iniciado el desarrollo de estudios de pertinencia, como parte de la política institucional del modelo educativo de BICU (CU, 2023).

Es importante destacar que, en la actualidad, existe una necesidad latente de seguir ofreciendo formación profesional a los jóvenes egresados de las carreras de grados de las universidades, pero al no existir oportunidades en la región, los jóvenes buscan alternativas fuera del territorio, las que son de difícil acceso por las limitaciones económicas y geográficas (BCN, 2021). Además, se evaluó la capacidad de la institución educativa para ofrecer una formación de calidad en esta disciplina considerando la disponibilidad de recursos humanos, infraestructura y tecnología necesarios.

Los profesionales del marketing buscan estar alineados al mercado dinámico y cambiante a través de la creación de estrategias innovadoras y disruptivas que generen oportunidades de ventas; sin embargo, para lograr ello, es indispensable que continuamente actualicen sus conocimientos y los direccionen hacia la generación de compañías sostenibles en el tiempo (Kotler et al., 2013), por lo que se hace necesario proveerles oportunidades de formación a niveles superiores y, en respuesta a esa necesidad, es que BICU ha presentado la propuesta de La Maestría en Dirección Estratégica en Marketing. Hoy en día los estudios de pertinencia y factibilidad son importantes para la creación de nuevas instituciones y programas de educación (Carbajal Yadira, 2019).

Finalmente podemos afirmar que la maestría se alinea con la estrategia del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y Desarrollo Humano (SDCC, 2019), que destaca la importancia de fortalecer el talento humano, base para el crecimiento sostenible y equitativo del país (GRUN, 2021) contribuyendo a la mejora de la calidad educativa y facilitando oportunidades de desarrollo social y económico (BCN, 2021) a la vez que responde de manera integral a los lineamientos del Plan de Desarrollo de la Costa Caribe y el Alto Wanki, que enfatiza la necesidad de fortalecer la educación superior en la región con un enfoque inclusivo y pertinente a la diversidad cultural y lingüística (SDCC, 2019), cumpliendo con uno de los principales Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) al garantizar la educación inclusiva, equitativa y de calidad en la región (CEPAL, 2018).

En este contexto, el objetivo de estudio fue analizar la pertinencia y factibilidad de la propuesta de la Maestría en Dirección Estratégica en Marketing en la Bluefields & Caribbean University (BICU).

MATERIALES Y MÉTODOS

Para el diseño y elaboración de este artículo se realizó una revisión de los requisitos establecidos por el CNU (CNU, 2023b), la misión y visión de la universidad (Cassells & Parajón, 2019), ejes y lineamientos de la universidad (CU, 2023), como también, los objetivos del desarrollo de la región del caribe nicaragüense (GRUN, 2021) y los objetivos del milenio (CEPAL, 2018).

El área de atención del Estudio de Pertinencia y Factibilidad se extendió a todos los territorios con presencia de la universidad BICU, desagregados en los cuatro Centros Universitarios Regionales (CUR): Bluefields, El Rama, Bonanza y Bilwi, pero además también cuenta con las extensiones: Waspan al norte y Laguna de Perlas, Corn Island y Paiwas al sur. Además de contar con 17 UNICAM al norte y 8 UNICAM al Sur.

Figura 1.

Mapa ilustrativo de la ubicación de las CUR (Centros Universitarios Regional) y Extensiones de la universidad BICU en el territorio nacional (Fuente: CEPEC).



El estudio es exploratorio de corte transversal porque se analizó el interés de los egresados en estudios de educación continua y sus demandas de maestrías según sus campos de estudios. Se analizaron los datos de los egresados graduados durante un periodo de tiempo definido y las muestras se obtuvieron a partir de encuestas de la población.

Universo, población y muestra: Según la base de datos del Registro Académico, BICU cuenta con un total de 5,430 egresados titulados en las distintas carreras universitarias ofertadas. De este total, 2668 corresponden al Área de Conocimiento de Ciencias Económicas y Sociales (ACCES), la cual oferta 11 carreras a nivel de grado. Para el desarrollo del estudio se consideró como población a los egresados titulados del área ACCES. La muestra estuvo conformada por 245 egresados, lo que representa el 5.3 % del total de egresados de la universidad y el 10.8% de los egresados titulados del de ACCES.

Tabla 1.
Base de datos de estudiantes graduados del Área de Conocimiento de Ciencias Económicas y Sociales (ACCES), actualizadas al 2023.

Nº	Carreras del Área de Conocimiento de Ciencias Económicas y Sociales (ACCES)	Egresados		Total Graduados
		M	F	
1	Administración Turística y Hotelera	35	215	250
2	Administración de Empresas	198	522	720
3	Administración de Puertos y Aeropuertos	8	21	29
4	Administración Pública	8	7	15
5	Ciencias Políticas	2	1	3
6	Contaduría Pública y Finanzas	233	481	714
7	Derecho	375	520	895
8	Maestría en Derecho del Trabajo	3		3
9	Maestría en Gerencia Estratégica	9	16	25
10	Técnico Superior en Contaduría Pública y Finanzas	2	9	11
11	Técnico Superior en Marketing	1	2	3
Total		874	1794	2668

Etapas de investigación

Etapa 1. Diseño del instrumento utilizado para recopilar información

Se utilizó la encuesta diseñada por la Comisión de Estudios de Posgrado y Educación Continua (CEPEC). El instrumento diseñado se aplicó a través de Google forms, el cual es un software de administración de encuestas que se incluye como parte del conjunto gratuito de Google Docs.

La encuesta utilizada se estructuró en 3 componentes: Información general, Modalidades de educación continua y Formas de pago. A través del formulario **Google Forms** se diseñó el modelo de encuesta con el que se recopiló la información.

También se diseñó una entrevista utilizando como guía los objetivos académicos contemplados en la Mesoplanificación de las carreras del área de conocimiento de Ciencias Económicas y Sociales.

Etapa 2. Validación del instrumento

Fue realizada por la dirección académica directores y coordinadores, además de entrevista a las distintas áreas de conocimiento en las diferentes áreas y disciplinas por extensiones, siendo finalmente aprobada por la dirección académica. El instrumento se elaboró de acuerdo a las directrices establecidas por el CNU (CNU, 2023b, 2023a, 2025).

Para la autoevaluación de la documentación necesaria y los expedientes académicos se utilizó una lista de cotejo y los criterios de evaluación se basarán principalmente en el contenido y experiencia académica y laboral, evaluándolas como: **bueno, muy bueno y excelente**. Aquí se tomó como referencia el modelo educativo de BICU (CU, 2023) y el plan de desarrollo nacional y de la costa caribe (GRUN, 2021; SDCC, 2019).

Etapa 3. Aplicación del instrumento

Se realizó una consulta directa a los estudiantes egresados, graduados de las diferentes áreas y disciplinas por extensión y profesionales del área que permitió obtener información sobre las necesidades y prioridades de educación continua, es decir se realizaron 245 encuestas. Además, se entrevistó a 172 egresados titulados de esta área del conocimiento, 65 son de la carrera de Contaduría Pública y Finanzas, 55 de la carrera de Administración de empresas, 28 de la carrera de Administración de Puertos y Aeropuertos y 24 de la carrera de Administración Turística y Hotelera.

Factibilidad financiera: El indicador del resultado económico generado a partir de este proyecto (ROI) se calculó utilizando la fórmula ($ROI = [Ganancia\ neta / Costo\ de\ la\ Inversión] * 100$), este se expresa como un porcentaje y es clave para medir la rentabilidad de tus inversiones y optimizar tus decisiones. La ganancia neta se obtuvo restando el costo total de la inversión de los ingresos generados ($Ganancia\ Neta = Ingresos\ generados - Costo\ de\ la\ Inversión$).

Etapa 4. Procesamiento y análisis de la información recopilada

Se creó una base de datos con la información recopilada a través de las encuestas diseñadas en Google Forms y se analizó con las tablas dinámicas de Excel y el programa estadístico SPSS (IBM, 2020) para crear las diferentes tablas y gráficos de distribuciones de frecuencias y análisis de población. En el caso de la entrevista se utilizó el software gratuito de TurboScribe para transcribir y resumir las entrevistas realizadas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Hasta el 2023 la BICU presenta un total de 5430 egresados titulados de las distintas carreras que oferta este centro de educación superior, el 49.13 % pertenecen a estudiantes del Área de Conocimiento de Ciencias Económicas y Sociales (ACCES) de los cuales el 16.5% son estudiantes del área específica de Ciencias Jurídicas y 31.8% son de las áreas de Ciencias Económicas. El 2.98% de los egresados son del Área de Conocimiento de Ingeniería, Industria y Construcción, específicamente del área de Ingeniería Civil.

En total la universidad oferta 42 carreras universitarias en los diferentes recintos a nivel regional con los que cuenta la BICU. En la sede central, recinto de Bluefields, se han graduados un total de 2,545 estudiantes (1,761 mujeres y 784 hombres), los cuales representan el 46.9% del total de egresados titulados. En este CUR se ofertan 32 carreras universitarias, 4 de las 5 carreras con mayor número de egresados pertenecen al Área de Conocimiento de Ciencias Económicas y Sociales, las cuales son: Derecho, Administración Turística y Hotelera, Administración de Empresas y Contaduría Pública y Finanza. La carrera de Técnico en Enfermería Profesional del Área de Conocimientos de Ciencias de la Salud es la que más estudiantes ha graduado y titulado con un total de 1055.

De esta forma el centro de educación superior contribuye al desarrollo de cada una de los municipios y comunidades en los que la BICU tiene presencia, se cumple con uno de los principales objetivos de desarrollo sostenible (ODS) al garantizar la educación inclusiva, equitativa y de calidad en la región (CEPAL, 2018), además los programas educativos de la universidad están adaptados a la realidad de la Región para cumplir con el Plan de Desarrollo de la Costa Caribe y el alto Wangki y Bocay (SDCC, 2019). Esto también atiende al Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y Desarrollo Humano (GRUN, 2021).

Tabla 2.

Información del personal humano capacitado de la universidad BICU por CUR. (Fuente: CEPEC).

Recurso Humano de la BICU por Centro Universitario Regional (CUR)							
CUR	Total, Docentes	Licenciados	Ingenieros	Arquitectos	Maestría	Doctorado	Área de conocimiento
Bluefields	94	63	-	1	28	2	ACCES
Bonanza	16	14	-	-	2	-	ACCES
Bilwi	75	38	2	-	33	2	ACCES
El Rama	35	13	4	-	15	3	ACCES

El recurso humano con el que cuenta ACCES por CUR es de 210 docentes horarios de los cuales el 60.95% son Licenciados, 37.14% tienen Maestría y el 3.33% tienen Doctorado. Uno de los problemas de las distintas áreas de conocimiento en la BICU es que carecen de docentes con especialidades y/o Maestrías en áreas específicas de las carreras que contribuyan y fortalezcan el desarrollo y formación de los docentes.

Tabla 3.

Autoevaluación de la documentación necesaria de carreras según el manual para la planificación curricular (Fuente: CEPEC).

No.	Documentación	Descripción
1	Currículo Vitae del Cuerpo Docente	80%
2	Currículo Vitae directivo de la Carrera	90%
3	Normativa de Prácticas Profesionales	90%
4	Normativas de prácticas de campo	90%
5	Normativas de pasantías	100%
6	Normativa de Investigación	100%
7	Modelo Educativo	100%
8	Infraestructura y recursos materiales	70%

Para la evaluación de la documentación necesaria se evaluó la forma (CNU, 2023b, 2025) y en el caso de la Macroplanificación, Mesoplanificación y documentación necesaria además de evaluar la forma, también se evaluó el fondo tomando en cuenta (GRUN, 2021; SDCC, 2019).

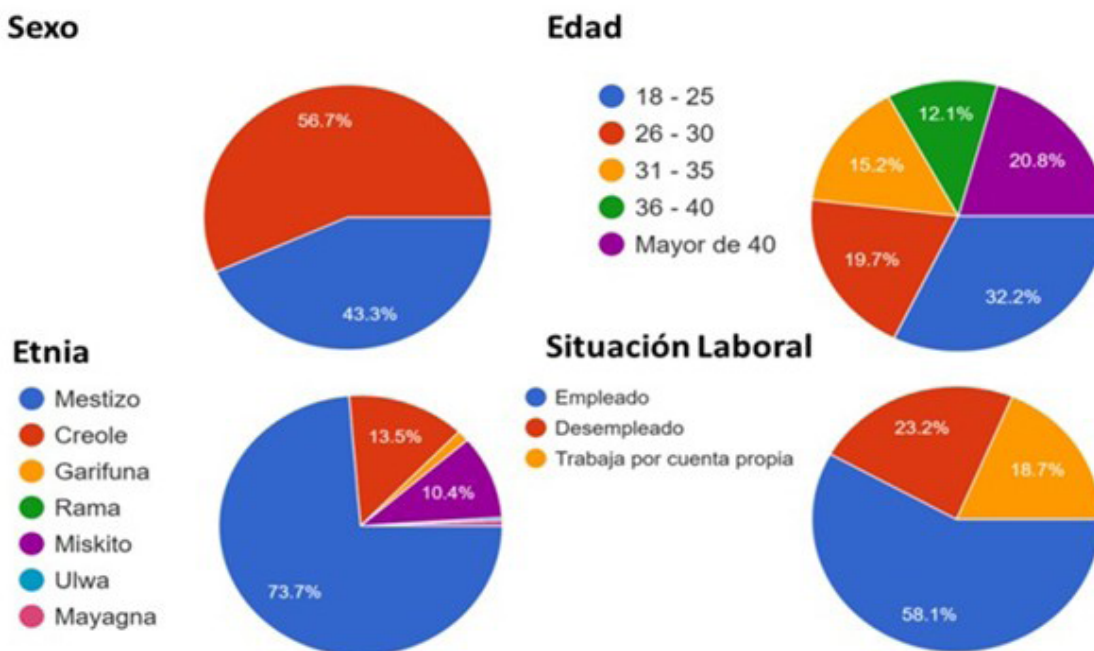
Esta IES centra su oferta para docente, investigación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional

y nacional, a la innovación y diversificación de profesiones y grados académicos, a las tendencias del mercado ocupacional local, regional y nacional, a las tendencias demográficas locales y regionales; a la vinculación con la estructura productiva actual, potencial del municipio y la región, y a las políticas nacionales de ciencia y tecnología. Este resultado es similar a los resultados obtenidos por (Sotelo et al., 2016) el cual identifica los problemas y necesidades del entorno.

Según el Banco Central de Nicaragua (BCN, 2024), en los datos de la demanda ocupacional en Nicaragua la tasa de desempleo se mantuvo en un 3.1% y el crecimiento del PIB fue impulsado principalmente por el sector hotel y restaurante (10.7%), comercio (6.2%) y el de mayor crecimiento el sector construcción (18.1%). En el caso del sector educación creció en 1.2% registrándose mayor participación de parte de la enseñanza de mercado además de continuar con los planes y estrategias del Ministerio de Educación (BCN, 2024).

Figura 2.

Información básica de los egresados titulados de ACCES. (Fuente: CEPEC).



La participación femenina representó el 56.7% del total de encuestados y 43.3% del masculino. Se tuvo participación de todos los rangos de edad descritos en el instrumento, en donde la mayor frecuencia estuvo entre los rangos de edad 18 a 25 años (32.2% de los encuestados), personas mayores de 40 años (20.8%), entre los rangos 26 a 30 años (19.7%), entre 31 a 35 años (15.2%) y entre 36 a 40 años (12.1%) (Ver figura 2).

En el caso de la etnia el 73.7 % de los encuestados, son de etnia Mestiza, el 13.5% de los participantes son de etnia Creole, el 10.4% de los encuestados son de la etnia Miskita y el resto de los datos recopilados indican que el 1.4%, el 0.7% y el 0.3% de los encuestados son de las etnias Garífuna, Mayagna y Ulwa respectivamente.

En cuanto a la situación laboral tenemos que el 58.1% personas de las encuestadas poseen un trabajo actualmente, el 23.2% no poseen trabajo y 18.7% trabajan por cuenta propia. Esto influye directamente en la modalidad por el tiempo que dispone el estudiante, pero al mismo tiempo nos garantiza que tiene facilidades de pago.

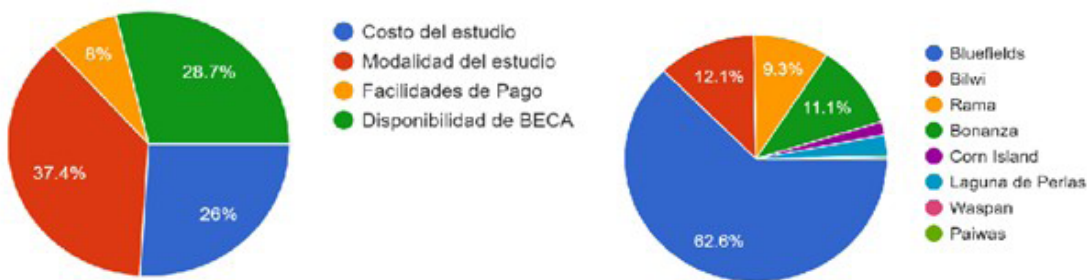
Factores determinantes para la educación continua

El factor determinante en este tipo de estudio está relacionado con el costo-beneficio (Pulgarín Murillo, 2023), a mayor ingreso económico mayor participación en educación continua (Y. F. Peña, 1999) the actual number of HF hospitalizations remains >1 million annually. More than 80% of patients who are hospitalized are initially seen in the emergency department (ED y la situación económica impide optar por un curso (Zambrano & Grefa, 2023). Los resultados del estudio realizado muestran que el factor determinante es la modalidad y el costo, lo que implica que por sus condiciones laborales la modalidad preferida esté de acuerdo con el tiempo disponible y no con su posibilidad de pago.

Costo y lugar de residencia

Figura 3.

Factores determinantes para la continuidad del proceso de educación (Fuente: CEPEC).



Para Sotelo et al. (2016) es determinante que los planes de estudios estén de acuerdo a las necesidades y exigencias del entorno, pero los resultados de la encuestas indica que el factor determinante es la modalidad de estudio y disponibilidad de beca, es decir que existe una gran cantidad de estudiantes que están dispuestos a continuar su formación siempre y cuando exista disponibilidad de beca.

Factibilidad financiera

Más del 90% de los encuestados consideran que el rango al que están dispuesto a pagar para continuar con su proceso de formación sería de US \$3000.00 dólares y menos del 2% consideran que estarían dispuesto a pagar US \$4500.00 dólares por el costo de la maestría. En el caso de gastos imprevisto la BICU estaría anuente a cubrir estos rubros, ya que existen recursos financieros disponibles para este tipo de actividad, similares a los mencionados por Terrazas et al. (2023) quien además incluye la actualización y mantenimiento de equipo, mobiliario y otros recursos esenciales.

Tabla 4.

Gastos técnicos financieros para la propuesta de Maestría en Marketing (Fuente: CEPEC).

Concepto	Utilidades	Inversión	ROI
Propuesta 1	U\$ 12,695.00	U\$ 75,000.00	16.93 %
Propuesta 2	U\$ 22,145.00	U\$ 87,500.00	25.31 %

La diferencia en el rendimiento es del 8.38%, lo que representa una diferencia de U\$ 9,450.00 de utilidad y de U\$ 12,500.00 de inversión entre ambas propuestas. El punto de equilibrio tomando en cuenta el costo de la matrícula U\$ 3,000.00 para un mínimo de

estudiantes de 27 y de U\$ 3,500.00 con un mínimo de 25 estudiantes. Para el caso de los diplomados el costo es de U\$ 200.00 y su punto de equilibrio es de 25 estudiantes.

Modalidad preferida

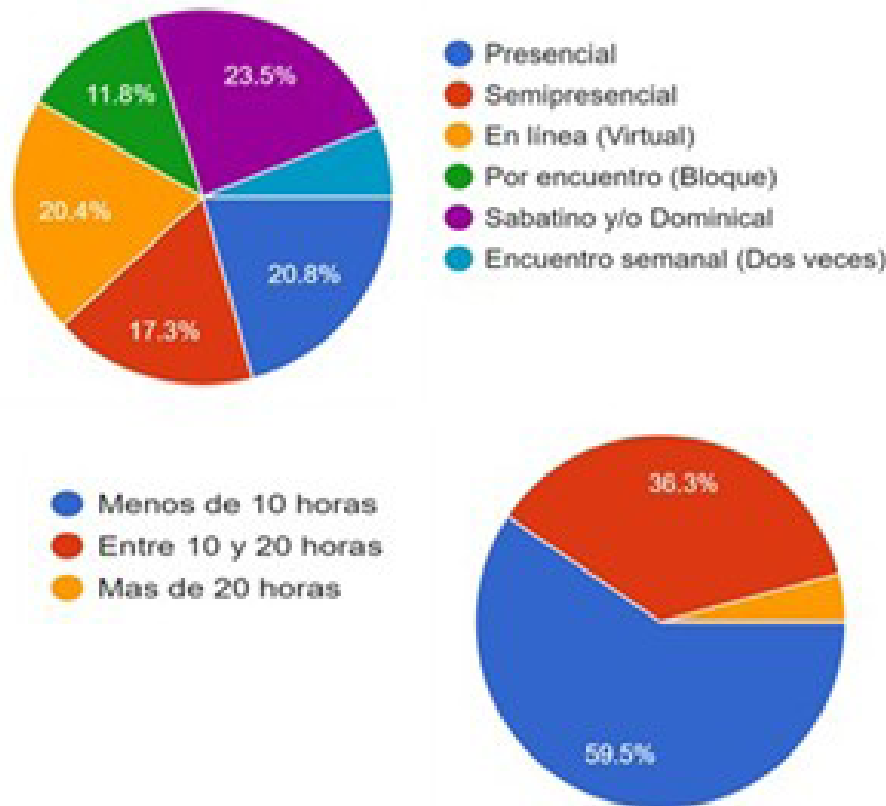
Las modalidades en orden descendente de las encuestas fueron: Sabatino y/o Dominical, Presencial, En línea (Virtual), Semipresencial, Por encuentro y encuentro semanal, todas las modalidades prefirieron encuentros de menos de 10 horas clases.

La mayor parte de las personas prefieren sabatino y dominical porque probablemente tengan empleos que demanden su atención de lunes a viernes teniendo como espacios libres los fines de semana, de igual forma hay personas que prefieren la modalidad virtual por lo que se podría llegar a unificar estas dos modalidades para así poder satisfacer la demanda de la mayor parte de los encuestados. En este sentido, la modalidad que mejor convendría a la universidad es la modalidad sabatina y/o dominical la cual no influye en la factibilidad operativa, ya que muchos de las carreras de ACCES tienen esta modalidad.

Los resultados en cuanto a la modalidad preferida son similares a los encontrados por (Jiménez Terrazas, 2021) ya que la mayoría de los interesados laboran en diferentes sectores por lo que prefieren turnos vespertino, modalidad semipresencial, disponibilidad de beca y costos accesibles.

Figura 4.

Preferencias de educación continua de acuerdo con las modalidades preferidas y hora clases por encuentro (Fuente: CEPEC).



Área de Conocimiento Ciencias Económicas y Sociales

Esta área es la más productiva de la universidad en cuanto a cantidad de egresados titulados que ha generado la universidad, representando el 49.13% del total de estudiantes, las áreas específicas más productivas de la BICU en cuanto al número de egresados titulados son: Carrera de Derecho, Administración de Empresas, Contaduría Pública y Finanzas y Administración Turística y Hotelera en ese orden descendente.

Los datos de la encuesta indican que 62.6% son del CUR Bluefields, 12.1% del CUR Bilwi, 11.1% del CUR Bonanza y 9.3% del CUR Rama. En el caso de las extensiones, Laguna de Perlas, Corn Island, Paiwas y Waspan las encuestas no superan el 3%. Lo más importante de los resultados es que un 76.8% de los encuestados desean continuar con su proceso de formación, el resto (23.2%) de encuestados pueden continuar su proceso de formación en dependencia de las condiciones, las ofertas de maestrías y especializaciones y sobre todo los costos y facilidades de pago.

Los resultados aquí obtenidos son el reflejo del marco estratégico de la educación superior (CNU-CNEA, 2022), están en concordancia con el manual para la planificación curricular (CNU, 2023b), los cuales a su vez están encaminados con la lucha contra la pobreza y el desarrollo humano (GRUN, 2021) y el compendio normativo de nuestra educación superior (CNU, 2023a).

Consolidado de la oferta académica

Una parte muy importante de este proceso es conocer las áreas específicas para las ofertas académicas de maestría, en este caso: Ciencias Económicas, Ciencias Jurídicas y Sociales e Ingeniería Industrial y Construcción. El Área de ciencias económicas resultó con la mayor cantidad de participantes con 172 equivalentes.

Tabla 5.

Ofertas académicas del programa de Posgrado y Educación Continua de ACCES.

Área de Conocimiento	Área de Estudio	Carrera de Estudio	Especialidades	Maestrías
ACCES	Ciencias Económicas	Administración de Empresas	1) Administración de MYPIMES 2) Facturación 3) Emprendimiento y Negocio 4) Recursos Humanos (Elaboración de Nóminas) 5) Administración de Almacenes e Inventarios 6) Dirección Ejecutiva	1) Administración Portuaria y Aduanera 2) Consultoría y Desarrollo Organizacional 3) Contabilidad con énfasis en Auditoría 4) Dirección de Empresas con énfasis en las TIC 5) Dirección Estratégica y de Marketing 6) Gerencia y Liderazgo Empresarial 7) Gestión Tributaria Empresarial 8) Gestión Logística y Aduanera

Área de Conocimiento	Área de Estudio	Carrera de Estudio	Especialidades	Maestrías
		Administración de Puertos y Aeropuertos	1) Régimen Aduanero 2) Clasificación y Legislación Aduanera 3) Gestión en Servicios Portuarios 4) Logística Portuaria	9) Innovación y Gestión de Destinos Turísticos 10) Turismo Sostenible
		Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	1) Buenas prácticas de gestión y servicios turísticos 2) Marketing Turístico 3) Administración y Turismo 4) Ecoturismo 5) Turismo Sostenible 6) Marketing Digital	
		Contaduría Pública y Finanzas	1) Lavados de Activos 2) NIIF 3) Criptomonedas 4) Gerencia de Costo y Presupuesto 5) Gestión de Riesgos Financieros 6) Asesoramiento Financiero y Bancario 7) Gerencia y Administración Tributaria	

En el instrumento utilizado para el estudio de pertinencia y factibilidad para la **Maestría en Dirección Estratégica en Marketing de ACCES**, se ofertó un total de 11 Maestrías en el área de Ciencias Económicas y 23 Especialidades o Diplomados en las 4 carreras a nivel de licenciatura que imparte el área de estudio de Ciencias Económicas. Todas y cada una de las Maestrías y/o Especialidades propuestas están de acuerdo a los planes y lineamientos estratégicos de nuestra universidad (CU, 2023), cumplen con nuestros estatutos y reglamentos de la BICU (La Gaceta N° 187, 2011).

Área Específica de Ciencias Económicas

ACCES presentó un total de 11 temas como propuestas de Maestrías para el programa de Posgrado y Educación Continua, las cuales fueron consultadas y consensuadas por la CEPEC previamente. Estas áreas están de acuerdo con el modelo educativo de nuestra universidad (CU, 2023), basados en nuestros reglamentos (La Gaceta N° 187, 2011), tomando en cuenta la innovación y emprendimiento (López, 2019) y la interculturalidad de nuestra universidad (Cassells & Parajón, 2019).

Figura 5. Carreras del área específica de Ciencias Económicas de ACCES (Fuente: CEPEC).



Especialización y/o diplomados

Dentro de esta área de conocimiento se propusieron un total de 23 temas de especialización y/o diplomados para cumplir con el objetivo del programa de Posgrado y Educación Continua, cada área específica presentó sus ofertas. El 87.8% consideran que el monto justo para el pago de Especialidades y/o Diplomados es de US \$450.00 dólares.

Tabla 6. Oferta académica de Especialidades y/o Diplomados de las carreras de ACCES (Fuente: CEPEC).

Carrera de Estudio	Especialidades y/o Diplomados	% de aceptación
Administración de Empresas	1) Administración de MYPIMES	40.6%
	2) Facturación	13.8%
	3) Emprendimiento y Negocio	33.8%
	4) Recursos Humanos (Elaboración de Nóminas)	33.1%
	5) Administración de Almacenes e Inventarios	31.3%
	6) Dirección Ejecutiva	35.6%
Administración de Puertos y Aeropuertos	1) Régimen Aduanero	35.5%
	2) Clasificación y Legislación Aduanera	28.3%
	3) Gestión en Servicios Portuarios	40.1%
	4) Logística Portuaria	36.2%

Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	1) Buenas prácticas de gestión y servicios turísticos	32.1%
	2) Marketing Turístico	37.8%
	3) Administración y Turismo	25%
	4) Ecoturismo	15.4%
	5) Turismo Sostenible	25.6%
	6) Marketing Digital	44.9%
Contaduría Pública y Finanzas	1) Lavados de Activos	18.5%
	2) NIIF	21%
	3) Criptomonedas	12.3%
	4) Gerencia de Costo y Presupuesto	43.2%
	5) Gestión de Riesgos Financieros	35.2%
	6) Asesoramiento Financiero y Bancario	45.7%
	7) Gerencia y Administración Tributaria	36.4%

La oferta académica aquí propuesta forma parte de las líneas de investigación de las áreas específicas del conocimiento de cada una de las carreras a nivel de grado de ACCES y el modelo educativo de BICU, las cuales obedecen al marco estratégico de la educación superior (CNU-CNEA, 2022) y al plan estratégico municipal de desarrollo humano (Alcaldía de Bluefields, 2020).

Pero también las propuestas aquí establecidas están de acuerdo al plan de desarrollo de las Costa Caribe (SDCC, 2019) y cumplen con nuestro marco estratégico de la educación superior (CNU-CNEA, 2022). También consideramos que los diplomados seleccionados están de acorde a la demanda del mercado laboral en Nicaragua (FUNIDES, 2016).

CONCLUSIONES

Existe una demanda del mercado laboral de acuerdo con el número de estudiantes egresados titulados, es este caso nos referimos a 2668 graduados de ACCES. La demanda obedece a las necesidades planteadas por los estudiantes, las que están directamente relacionado a los problemas y necesidades de la región vinculado a las políticas de la educación superior en Nicaragua, favoreciendo a los grupos étnicos minoritarios de la región.

La Maestría en Dirección Estratégica en Marketing está relacionado con el desarrollo de los programas en la región (Construcción del puerto de Aguas Profundidad, Ampliación y mejoras de los aeropuertos en la región, construcción de nuevas carreteras y caminos productivos, proyectos de agua y saneamientos), los cuales beneficiaran a la formación de líderes que contribuyan con la gestión de los programas y proyectos que se están ejecutando en la región.

En cuanto a la factibilidad académica podemos asegurar que la universidad cuenta con 210 docentes, de los cuales 37.14% tienen Maestría, para poder desarrollar esta propuesta, gracias a los convenios con otras IES se puede complementar las áreas en las que no se tenga personal capacitado.

La universidad cuenta con instalaciones y equipamientos que respaldan la factibilidad técnica y operativa, además de contar con un personal capacitado para el manejo de los recursos tecnológicos (Redes, plataforma virtual) y administrativos (registro académico, biblioteca y base de datos).

La condición de los estudiantes les permite pagar los costos de la Maestría, tienen solvencia económica que les permite poder acceder a créditos para continuar con su formación. Existe un punto de equilibrio que permite a la universidad poder realizar algunos pagos imprevistos, siempre y cuando se mantenga el mínimo de 25 estudiantes matriculados.

El beneficio de esta propuesta no se medirá por las ganancias económicas que se obtengan, sino por el éxito de la implementación de las Maestrías y diplomados propuestos, lo cual contribuye con el modelo educativo de la BICU, aporta a los planes de desarrollo de la región y fortalece los programas de educación continua de la educación superior en Nicaragua y contribuye al desarrollo nacional.

El estudio nos permitió tener conocimientos sobre las preferencias de los egresados titulados de la BICU en temas de educación continua y posgrado, los cuales fueron seleccionados de acuerdo con las políticas y estrategias de desarrollo a nivel regional y nacional. Estas preferencias permitirán realizar proyecciones a futuro en cuanto a capacitaciones y desarrollo de nuevas maestrías y especialidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICA

- Alcaldía de Bluefields. (2020). *Plan Estrategico Municipal de Desarrollo Humano 2020-2030*. <https://drive.google.com/file/d/1l3OA50uc9iJDUnvzDhQg59WDTNH4b7N5/view?pli=1>
- BCN. (2021). *Informe Anual 2021*. Banco Central de Nicaragua. <https://doi.org/10.24850/i-imta-2021-01>
- BCN. (2024). *Informe Anual 2024*. Banco Central de Nicaragua. <https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/informe-anual-2024-0>
- Carbajal Yadira, D. (2019). Estudios de factibilidad vs estudio de pertinencia: una análisis comparativo y su aplicación en la educación. *Contribuciones a Las Ciencias Sociales*, ISSN-e 1988-7833, N°. 12 (Diciembre), 2019, 12, 8. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9609132&info=resumen&idioma=SPA%0Ahttps://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9609132&info=resumen&idioma=ENG%0Ahttps://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9609132>
- Cassells, R. A., & Parajón, R. A. (2019). Interculturalidad y Comunitarismo en la Educación Superior: la experiencia de Bluefields Indian & Caribbean University. *Wani*, 75, 1–23. <https://doi.org/10.5377/wani.v0i75.9775>
- CEPAL. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. In *Publicación de las Naciones Unidas*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf
- CNU-CNEA. (2022). *Marco Estratégico de la Educación Superior 2022- 2030*. <https://www.uraccan.edu.ni/wp-content/uploads/2025/02/Marco-Estrategico-de-la-Educacion-Superior-2022-2030.pdf>
- CNU. (2023a). *Compendio normativo del subsistema de educación superior nicaragüense. Articulando políticas y estrategias para el desarrollo de la Educación Superior nicaraguense*. Consejo Nacional de Universidades (CNU). [http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/\(\\$All\)/7934C17B07774E4D06258A16005DC77C?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/($All)/7934C17B07774E4D06258A16005DC77C?OpenDocument)

- CNU. (2023b). *Manual para la planificación curricular en pregrado, grado y posgrado*. Consejo Nacional de Universidades (CNU). Dirección de Desarrollo Curricular (DDC). Managua, Nicaragua, 2023. ISBN: 978-99964-68-08-7. Correo electrónico: direccion.curriculo@cnu.edu.ni. <https://es.scribd.com/document/690670688/Manual-Para-La-Planificacion-Curricular>
- CNU. (2025). *Orientaciones generales para la actualización curricular*. Dirección General de Desarrollo Curricular. Consejo Nacional de Universidades (CNU).
- CU. (2023). *Modelo Educativo de BICU*. Consejo Universitario (BICU).
- FUNIDES. (2016). *Competencias que demandan las empresas en Nicaragua*. Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (FUNIDES). <http://funides.com/wp-content/uploads/2015/01/FUNIDES-Competencias-que-demandan-las-empresas-en-Nicaragua.pdf>
- Gibbons, M. (1998). *Pertinencia de la educación superior en el siglo XXI*. Documento presentado como una contribución a la Conferencia Mundial sobre la Educación Superior de la UNESCO, en 1998. Consultado en la Web, el 21 de noviembre de 2006. http://www.humanas.unal.edu.co/contextoedu/docs_sesiones/gibbons_victor_manuel.pdf
- GRUN. (2021). *Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y para el desarrollo humano 2022-2026*. Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional. <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-lucha-contrala-pobreza-y-para-el-desarrollo-humano-2022-2026-de-nicaragua>
- <https://etimologias.dechile.net/>. (n.d.). *Diccionario Etimológico Castellano en Línea*. Talleres "Calpe". <https://etimologias.dechile.net/>
- Jiménez Terrazas, C. P. (2021). Estudio diagnóstico de pertinencia y factibilidad de la Maestría en Recursos Humanos del Departamento de Ciencias Administrativas. In UACJ- Investigación. http://cathi.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/18009/CFB_17-12-2020_SIERRA_DE_JUAREZ_REPORTE_TECNICO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Kotler, P., Schmitt, B., Ferrera, J. R., Lorite, N., Ramos, N. L., Tobergte, D. R., & Curtis, S. (2013). *Fundamentos de Marketing*. In *Entelequia: revista interdisciplinaria* (Vol. 4, Issue 3).
- La Gaceta N° 187. (2011). *Estatutos y reglamentos de la Bluefields Indian & Caribbean University*. Managua, Miércoles 5 de Octubre de 2011. La Gaceta N° 187, Diario Oficial. Asamblea Nacional. In *Gaceta Oficial (Nicaragua)* (Issue 028, pp. 6574-6582). <https://sajurin.enriquebolanos.org/docs/G-2011-10-05.pdf>
- Londoño, Y. J. R. (2024). *Estudio de Pertinencia y Factibilidad del Programa de Ingeniería Ambiental de la Unidad Central del Valle del Cauca*. Estudio de Pertinencia y Factibilidad del Programa de Ingeniería Ambiental de la Unidad Central del Valle del Cauca
- López, K. (2019). Buenas prácticas en innovación y emprendimiento en la BICU. *Revista Compromiso Social*, 1(1), 95-97. <https://doi.org/10.5377/recoso.v1i1.13448>
- Peña, C. G. A., & Rodríguez, C. K. L. F. (2017). El sistema de educación superior ecuatoriano visto desde los principios de pertinencia y calidad. *Universidad y Sociedad*, 9(5), 46-53. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/710>
- Peña, Y. F. (1999). *Factores que influyen en la participación del personal de enfermería en la educación continua*.
- Pulgarín Murillo, A. (2023). *Factores Que Inciden En El Mejoramiento De La Competitividad De La Oferta De Educación Continua: Caso De Estudio De Tres Instituciones De Educación Superior Del Distrito Ciencia, Tecnología E Innovación De Medellín*. <https://bffrepositorio.unal.edu.co/server/api/core/bitstreams/8f216b12-7816-47be-bc08-c96fe0d847ec/content>
- SDCC. (2019). *Plan de Desarrollo de la Costa Caribe y el Alto Wangki y Bocay 2019-2029*. Gobiernos Regionales Autonomos de la Costa Caribe y el Alto Wangki y

- Bocay. Secretaria para el Desarrollo de la Costa Caribe (SDCC) Gobiernos Regionales Autonomos. <https://www.marena.gob.ni/Enderedd/wp-content/uploads/2020/10/02-plan-desarrollo-estrategia-enderedd-costa-caribe-2019.pdf>
- Sotelo, A. F., Arvelo, M. G. V., & Naranjo, T. M. G. (2016). Metodología para elaborar estudios de pertinencia en rediseños curriculares:: Caso Ecuador. *Revista San Gregorio*, 14, 86–103. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-MetodologiaParaElaborarEstudiosDePertinenciaEnRedi-5784966 (1).pdf
- Terrazas, R., Gutierrez, F., Hernandez, M., & Calero, M. (2023). Estudio de pertinencia y factibilidad de la carrera de arquitectura. Managua, Nicaragua, septiembre de 2023. <http://repositorio.unicit.edu.ni/id/eprint/68>
- UNESCO. (1999). *Conferencia Mundial sobre la Educación Superior en el siglo XXI: Visión y acción*, Paris, 1998. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000116345_spa
- Zambrano, P. D. J., & Grefa, D. Y. S. (2023). Factores que afectan el crecimiento de los cursos de educación continua y estrategias de mercadeo para cambiar esta tendencia en la Universidad Técnica de Cotopaxi. In *Repositorio Uta*. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/6265>