

El proceso académico y su incidencia en la satisfacción de los egresados en la Carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar

Quality of the academic process and the satisfaction of its actors, case of graduates in the Marketing Career of the UEB

- ¹ Christian Fernando Barragán Quizhpe  <https://orcid.org/0000-0003-4699-9553>
Universidad Estatal de Bolívar. Campus Académico “Alpachaca” Av. Ernesto Che Guevara s/n y Av. Gabriel Secaira, Guaranda, Ecuador.
cbarragan@ueb.edu.ec
- ² Paola Estefanía Albán Trujillo  <https://orcid.org/0000-0001-8311-5767>
Universidad Estatal de Bolívar. Campus Académico “Alpachaca” Av. Ernesto Che Guevara s/n y Av. Gabriel Secaira, Guaranda, Ecuador
palban@ueb.edu.ec
- ³ Patricia de Lourdes León Monar  <https://orcid.org/0000-0001-6129-3837>
Universidad Estatal de Bolívar. Campus Académico “Alpachaca” Av. Ernesto Che Guevara s/n y Av. Gabriel Secaira, Guaranda, Ecuador
pleon@ueb.edu.ec
- ⁴ Fidel Alberto Castro Berio  <https://orcid.org/0000-0001-7377-4670>
Universidad Estatal de Bolívar. Campus Académico “Alpachaca” Av. Ernesto Che Guevara s/n y Av. Gabriel Secaira, Guaranda, Ecuador
fcastro@ueb.edu.ec

Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 09/03/2022

Revisado: 24/04/2022

Aceptado: 05/05/2022

Publicado: 20/09/2022

DOI: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v5i3.2765>

Cítese:

Barragán Quizhpe, C. F., Albán Trujillo, P. E., León Monar, P. de L., & Castro Berio, F. A. (2022). El proceso académico y su incidencia en la satisfacción de los egresados en la Carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar. *ConcienciaDigital*, 5(3), 297-317. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v5i3.2765>



CONCIENCIA DIGITAL, es una revista multidisciplinar, **trimestral**, que se publicará en soporte electrónico tiene como **misión** contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://concienciadigital.org>
La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec

Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Palabras claves:

resiliencia
educativa,
correlación,
calidad del
proceso
académico,
satisfacción de
egresados,
gestión
administrativa,
adaptación
educativa,
comunicación
institucional.

Resumen

Introducción. El artículo plantea que la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto sin precedentes en la educación superior, afectando la vida cotidiana y el funcionamiento de las actividades académicas y administrativas. En este contexto, se realiza un estudio de caso en la Universidad Estatal de Bolívar para establecer la correlación entre la calidad del proceso académico y la satisfacción de los egresados de la carrera de Mercadotecnia, a través de las dimensiones de pertinencia y aprendizaje, relevancia y comunicación, y eficacia y gestión administrativa. El objetivo es establecer estrategias que permitan asegurar la satisfacción en la calidad de los procesos académicos. **Objetivo.** Esta investigación tiene como propósito determinar la correlación entre la calidad del proceso académico y la satisfacción de los egresados de la carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar (UEB) durante el periodo de noviembre de 2021 a marzo de 2022. Se establecerán dimensiones de análisis que abarcan la pertinencia y aprendizaje, la relevancia y comunicación, así como la eficacia y gestión administrativa de dicha carrera en la UEB. **Metodología.** Se lleva a cabo un estudio descriptivo y correlacional de alcance transversal, utilizando un cuestionario evaluativo tipo encuesta validado por expertos docentes. Para el análisis, se emplea el coeficiente Alfa de Cronbach basado en elementos estandarizados, así como el estadístico Rho de Spearman. **Resultados.** Se encontró una correlación positiva y de magnitud media, involucrando al 80% de los egresados y estudiantes de titulación de la carrera de Mercadotecnia de la UEB entre la calidad académica y la satisfacción de los egresados en Mercadotecnia, subrayando la importancia de mantener la excelencia educativa. La Universidad Estatal de Bolívar demostró resiliencia al adaptarse exitosamente a la educación virtual durante la pandemia. La comunicación efectiva y una gestión administrativa eficaz fueron factores clave en la experiencia educativa. **Conclusión.** El estudio destaca la adaptación exitosa de la Universidad Estatal de Bolívar a la educación virtual durante la pandemia de COVID-19, evidenciando una curva de aprendizaje constante y minimizando los desafíos de adaptación. Además, se encontró una correlación positiva y significativa entre la calidad del proceso académico y la satisfacción de los egresados en la Carrera de Mercadotecnia, subrayando la importancia de mantener la excelencia educativa. La comunicación efectiva a nivel

institucional y de carrera juega un papel crucial en la satisfacción de los estudiantes, y la gestión administrativa eficaz ha sido un factor clave en la experiencia educativa. Estos resultados indican un camino positivo, pero se recomienda una continua inversión en la mejora de la calidad educativa para mantener altos niveles de satisfacción y excelencia institucional.

Keywords:

educational resilience, correlation, quality of the academic process, graduate satisfaction, administrative management, educational adaptation, institutional communication.

Abstract

Introduction. The article argues that the COVID-19 pandemic has had an unprecedented impact on higher education, affecting everyday life and the functioning of academic and administrative activities. In this context, a case study is conducted at Bolívar State University to establish the correlation between the quality of the academic process and the satisfaction of graduates in the Marketing program, through the dimensions of relevance and learning, significance and communication, and effectiveness and administrative management. The goal is to establish strategies that ensure satisfaction in the quality of academic processes. **Objective.** The purpose of this research is to determine the correlation between the quality of the academic process and the satisfaction of graduates from the Marketing program at Bolívar State University (UEB) during the period from November 2021 to March 2022. Analytical dimensions will be established covering relevance and learning, significance, and communication, as well as effectiveness and administrative management of said program at UEB. **Methodology.** A descriptive and cross-sectional correlational study is conducted, using a survey-type evaluative questionnaire validated by expert educators. For the analysis, the Cronbach's Alpha coefficient based on standardized items is employed, as well as the Spearman's Rho statistic. **Results.** A positive correlation of medium magnitude was found, involving 80% of the graduates and degree-seeking students from the Marketing program at Bolívar State University between academic quality and graduate satisfaction in Marketing, emphasizing the importance of maintaining educational excellence. Bolívar State University demonstrated resilience by successfully adapting to virtual education during the pandemic. Effective communication and efficient administrative management were key factors in the educational experience. **Conclusion.** The study highlights Bolívar State University's successful adaptation to virtual education during the COVID-19 pandemic, demonstrating a

consistent learning curve and minimizing adaptation challenges. Additionally, a positive and significant correlation was found between the quality of the academic process and graduate satisfaction in the Marketing program, underscoring the importance of maintaining educational excellence. Effective institutional and program-level communication plays a crucial role in student satisfaction, and efficient administrative management has been a key factor in the educational experience. These results indicate a positive trajectory, but continued investment in improving educational quality is recommended to maintain elevated levels of satisfaction and institutional excellence.

Introducción

Ordorika (2020) y Cucinotta & Vanelli, (2020), señalan que el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró el brote de COVID-19 como una pandemia global, marcando así un punto de quiebre en la normalidad conocida. Esta emergencia ha desencadenado una crisis sin precedentes que ha afectado todos los ámbitos de la sociedad, resultando en condiciones de confinamiento obligatorio, distanciamiento social y la paralización de actividades tanto en el sector público como en el privado.

Para Marinoni et al. (2020) y Santana et al. (2020), desde esta perspectiva de obligatoriedad, se han afectado inexorablemente la vida cotidiana y el funcionamiento de la cotidianidad en todos los sentidos. Así mismo, la educación superior, no está al margen, es significativo el impacto sobre esta y sus procesos sustantivos, establece sus especificidades por las características particulares de las actividades docentes, de investigación y de extensión de este nivel educativo.

Para Fuentes (2021), en el análisis de la satisfacción del consumidor (estudiante) se establece lo siguiente:

En el contexto cambiante de la actualidad en el mundo y aún más en la educación superior, los tecnológicos y las universidades terminan compitiendo para inscribir y retener a los estudiantes que están "comprando" o "pagando" por mejores instalaciones, mejores servicios, mejores planes de estudio, oportunidades curriculares y un mejor potencial para obtener un trabajo (todo a un precio reducido). (p. 122)

La Universidad Estatal de Bolívar (UEB), ha tenido que adaptarse a la nueva realidad de

la educación superior y es importante mantener estándares de calidad en el proceso de enseñanza aprendizaje, sin dejar de lado los procesos académicos administrativos con los cuales interactúan, estudiantes, docentes, y personal administrativo de apoyo a la docencia; de estos actores, en el presente trabajo tomaremos como caso de estudio a los Egresados de la carrera de Mercadotecnia de la UEB, para establecer si existe relación entre las variables calidad del proceso académico y la satisfacción de estos actores, en el período de noviembre 2021 a marzo 2022.

Para Orozco et al. (2020), se considera que la gestión de la calidad total es importante para evaluar tres dimensiones de las Instituciones de Educación Superior en sociedades que soportan diferentes transformaciones, requiriendo de los esfuerzos de instituciones privadas y corporativas para cambiar sus estilos tradicionales de administración y gestión,

Con el objetivo de establecer esa correlación se han establecido varias dimensiones de análisis establecidas entre la pertinencia y aprendizaje, relevancia y comunicación y por último la eficacia y gestión administrativa de la carrera de Mercadotecnia de la UEB.

El conocer el grado de correlación que existe entre estas dimensiones podrá establecer estrategias de que permitan asegurar la satisfacción en la calidad de los procesos académicos desde el punto de vista de los Egresados de la carrera.

Desarrollo

COVID-19 y su impacto en la educación

En la esfera de la educación, esta emergencia ha dado lugar al cierre masivo de las actividades presenciales de instituciones educativas en más de 190 países con el fin de evitar la propagación del virus y mitigar su impacto. Según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, (2020), en de mayo de 2020 más mil millones de estudiantes en todos sus niveles de todo el mundo, habían dejado de tener clases presenciales en la escuela con una significativa presencia de estudiantes de América Latina y el Caribe (160 millones aproximadamente).

Los participantes en los diversos procesos sustantivos de la educación superior, dígase estudiantes, académicos, trabajadores en apoyo a la docencia, personal administrativo y autoridades, así como otros actores que de forma directa o indirecta apoyan procesos o forman parte de estos desde sectores de la sociedad que tienen responsabilidades e impactos con la universidades, han tenido que hacer frente a las nuevas exigencias y situaciones que se han impuesto como soluciones a mantener las actividades en las condiciones actuales (Bell, 2017).

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020), también afirma que los países de la región ante la crisis han adoptado medidas relacionadas con la suspensión de

las clases presenciales en todos los niveles, dando origen a la implementación de modalidades de aprendizaje a distancia, con una diversidad de formatos y plataformas basadas en el uso, o no, de tecnología; el apoyo y la movilización del personal y las comunidades educativas, y la atención a la salud y el bienestar integral de las y los estudiantes.

Santana et al. (2020), destaca la encuesta internacional de la *International Association of Universitas*, entregando datos sobre las tendencias de la educación superior mundial en el contexto de la pandemia, donde casi la totalidad, de las IES reportan que el COVID-19 ha afectado la enseñanza aprendizaje y que la educación en línea ha sustituido a la presencial, donde también las actividades de investigación se han visto afectadas. En el texto de Suárez (2020), se menciona que, en el transcurrir del tiempo, de forma progresiva, las estrategias que se vayan desarrollando, o implementando, ya sea por conocimiento de causa o a prueba de ensayos, este tipo de educación (virtual) mejora.

Según Díaz (2013), en su trabajo “análisis sobre la acomodación de los sistemas de gestión de la calidad empresarial a la valoración en educación”, la calidad en educación empezó a ser revisada hace más o menos tres décadas, de la mano de la calidad total implementada, cuyo propósito es ofrecer productos de óptima calidad para conseguir la satisfacción del cliente y mejorar en la competencia del mercado.

El proceso realizado por la UEB, al transformar las clases presenciales a virtuales, bajo una constante capacitación del docente con varias opciones pedagógicas, didácticas y tecnológicas, han permitido a lo largo del tiempo, durante la pandemia, que la curva de aprendizaje se incremente y a la vez se minimice problemas de adaptación a una modalidad de educación superior nunca antes implementada por la universidad, y por ende vaya en incremento de la calidad de la educación que se brinda en esta universidad.

Algunos conceptos de calidad

Como lo indica López (2005), la calidad tiene varios significados que dependen del contexto en que se utilice. Por ejemplo, la calidad interna que trata, cómo una organización administra sus procesos, productos o servicios; y la calidad externa, que es la percepción del cliente o usuario que sobre el producto o servicio al que accede. Considerando que la calidad externa se incrementa mediante el apuntalamiento del concepto de calidad interna.

A la calidad Horovitz (1991), la define como “la calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave”. Por otro lado Canela (2004), la define como “adecuación al uso satisfaciendo las necesidades del cliente”

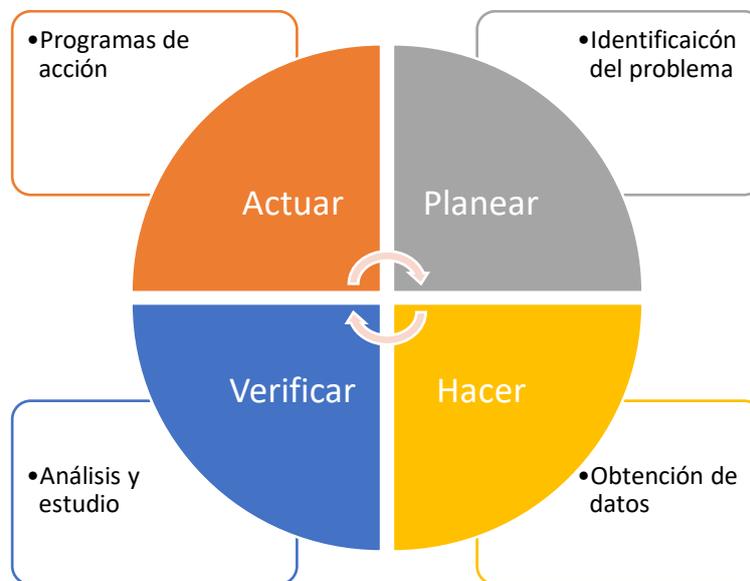
La definición de Berry et al. (1995), indica “la calidad es satisfacer las necesidades de los clientes y sus expectativas razonables”

Como podemos observar la calidad está estrechamente ligada con la satisfacción de las necesidades o expectativas del usuario, en función de parámetros establecidos que dependen del área (salud, industria, educación, etc.) donde se busque la Calidad Total (CT), que a su vez forman parte de los objetivos estratégicos de la organización, mediante la instrumentación de mejora continua.

La mejora continua es un proceso infinito que está relacionado con el concepto de la espiral de la calidad de Shewhart, del cual nace el Ciclo de mejora continua de Deming (figura. 1).

Figura 1

Ciclo de mejora continua de la calidad



Fuente: Adaptación del modelo PDCA (Deming, 1982).

Calidad y satisfacción en la educación superior

Diversos estudios establecen que la educación superior ayuda al desarrollo intelectual de un país, y a la disminución de la pobreza, por el incremento de posibilidades de mejorar su nivel de vida, motivo por el cual es importante establecer, mantener y elevar la calidad en los procesos de educación superior.

En la misma línea Arciniegas & Mejías (2017), proponen una metodología de diez pasos para la medición de la satisfacción estudiantil en instituciones de educación superior (IES). Constituye un aporte para que las IES puedan mejorar continuamente su Calidad Educativa, obteniendo estudiantes satisfechos.

También Surdez et al. (2018), aportan al análisis de satisfacción en la educación superior,

“identificando las oportunidades de mejora para incrementar el grado de satisfacción estudiantil”, donde la retroalimentación de los estudiantes y a las oportunidades que les brinda la institución para su desarrollo personal es fundamental. Asimismo, especifican diferencias de satisfacción estadísticamente significativas entre grupos de edad, campus al que pertenece el estudiante, programas de estudio, y estado civil (Bernate et al., 2020).

Conocer la satisfacción estudiantil permite la toma de decisiones en la gestión del proceso educativo orientado a la calidad, tomando en consideración diferentes componentes como el proceso de enseñanza-aprendizaje, la percepción del trato recibido de personas con las que el alumno debe relacionarse durante sus estudios (docentes, coordinación de la carrera, decanato, etc.), la infraestructura y la autorrealización del estudiante (Surdez et al., 2018).

De la valoración a las propuestas de la calidad de la educación, realizada en el trabajo de Pérez (2005), se desprende que el proyecto educativo es la base fundamental del sistema de gestión de la calidad de la educación universitaria; y que las diferentes dimensiones, agentes, criterios, o manifestaciones, deben asegurar la satisfacción del estudiante.

De aquí se desprende el problema que se busca abordar en la Calidad del proceso académico y la satisfacción de los Egresados en la carrera de Mercadotecnia de la UEB, planteándonos la siguiente pregunta, ¿Existe relación entre las variables calidad del proceso académico y la satisfacción de sus actores caso Egresados de la carrera de Mercadotecnia de la UEB?; planteándose un conjunto de objetivos expresados de la siguiente forma:

Objetivo General

- Determinar la correlación entre la Calidad del proceso académico y la satisfacción de sus actores, caso Egresados en la carrera de Mercadotecnia de la UEB. 2021 – 2022.

Objetivos Específicos

- Identificar la correlación entre las dimensiones pertinencia y aprendizaje de la carrera de Mercadotecnia de la UEB.
- Establecer la correlación entre las dimensiones relevancia y comunicación de la carrera de Mercadotecnia de la UEB.
- Determinar la correlación entre las dimensiones eficacia y gestión administrativa de la carrera de Mercadotecnia de la UEB.

Desde la fundamentación teórica expresada se plantean las siguientes hipótesis:

- Existe una relación entre calidad educativa y la enseñanza a los egresados de las

carreras de Contabilidad y Auditoría, Mercadotecnia y Administración de empresas de la UEB.

- Existe una relación entre calidad y organización educativas para los egresados de las carreras de Contabilidad y Auditoría, Mercadotecnia y Administración de empresas de la UEB.
- Existe una relación entre calidad educativa y servicios universitarios de los egresados de las carreras de Contabilidad y Auditoría, Mercadotecnia y Administración de empresas de la UEB.

Metodología

El estudio adopta un diseño descriptivo y correlacional para analizar y establecer relaciones entre la calidad del proceso académico y la satisfacción de los estudiantes egresados de la carrera de mercadotecnia. Además, posee un enfoque predictivo, orientado a anticipar futuras situaciones. El alcance de la investigación es transversal, abarcando el periodo académico de noviembre de 2021 a marzo de 2022. Para llevar a cabo el análisis, se utilizó un único instrumento de medición, permitiendo así describir las variables de interés, identificar sus interconexiones y evaluar la posible predicción del rendimiento académico en función de la satisfacción de los estudiantes.

Criterios de inclusión

Estudiantes universitarios de la Carrera de Mercadotecnia del octavo ciclo programa de titulación (egresados).

Criterios de exclusión

Los estudiantes que no participaron, pese a ser invitados por medio del correo institución para contestar la encuesta Online.

Proceso de recolección de datos

Para recopilar la información, se utilizó un cuestionario evaluativo en formato de encuesta, el cual fue validado por expertos docentes de la carrera de Administración y Mercadotecnia. Este instrumento abarca cuatro dimensiones: 1) Perfil informativo del encuestado (6 preguntas); 2) Evaluación del servicio proporcionado por la plataforma institucional EVEA (12 preguntas); 3) Evaluación de la comunicación en la carrera (3 preguntas); y 4) Evaluación de la comunicación del decanato (3 preguntas). En total, consta de 24 ítems, de los cuales los ítems 1, 3 y 18 presentan opciones de respuesta nominal, mientras que los demás ofrecen una escala ordinal.

La encuesta se administró a través de la plataforma *Google Forms*. Una vez diseñada, se extendió la invitación a los participantes, incluyendo docentes, estudiantes y egresados, mediante el correo institucional de la Universidad Estatal de Bolívar.

Resultados y Discusión

Con los datos recolectados se realiza la validación de la consistencia interna de las dimensiones, utilizando la hoja del cálculo Excel y el programa estadístico SPSS V 25 para el procesamiento de estos, de la siguiente manera:

Servicio que brinda la plataforma institucional EVEA, cuyo resultado es:

Tabla 1

Estadísticas de fiabilidad dimensiones 1 y 2

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,875	,888	11

Las otras dos dimensiones se tratan de la comunicación por parte del Decanato y Coordinación de carrera y cuyo resultado es:

Tabla 2

Estadísticas de fiabilidad dimensiones 3 y 4

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,932	,933	6

Tabla 3

Rango de confiabilidad

Rango	Confiabilidad
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.6 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy Confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

En función a los rangos de confiabilidad establecida en la tabla 3, para el método de análisis aplicando el Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados, y con los resultados 0,888 y 0,933 obtenidos en las tablas 1 y 2 respectivamente; se establece que las dimensiones formuladas caen en el rango de “Excelente confiabilidad”, lo que nos explica que la consistencia interna de estas dimensiones está bien planteada.

Cumplimiento de objetivos y comprobación de hipótesis específicas

La medición es de escala Ordinal, cualitativa entonces se utilizó el estadígrafo RHO DE SPEARMAN

Tabla 4

Correlación de preguntas

	Calidad		Satisfacción
Pertinencia	14. ¿Considera que las clases virtuales fortalece las habilidades y destrezas necesarias para el desempeño de su profesión?	Enseñanza Aprendizaje	16. ¿Cuál es su grado de satisfacción a través de las clases virtuales?
	15. ¿Considera que las clases virtuales provoca un mejor desarrollo investigativo en los estudiantes?		17. ¿Considera que las clases presenciales mejora el proceso de enseñanza-aprendizaje?
Relevancia	10. ¿Cómo califica la interacción docente-estudiante durante las clases virtuales?	Comunicación	19. ¿Cómo califica la comunicación e información emitida desde de la Coordinación de la Carrera?
	11. ¿Cómo califica el grado de motivación por parte de los docentes, para una adecuada participación de los estudiantes en las clases virtuales?		22. ¿Cómo califica la comunicación e información emitida desde Decanato de la Facultad?
Eficacia	7. ¿Cómo califica las facilidades que presta la plataforma EVEA para el cumplimiento de las actividades académicas durante el proceso de enseñanza- aprendizaje?	Gestión Administrativa	20. ¿Cómo califica el tiempo de respuesta a sus requerimientos desde la Coordinación de la Carrera?
	8. ¿Cómo califica la utilización de la plataforma EVEA en la asignación de tareas/actividades por parte del docente?		21. ¿Cómo califica la resolución de sus requerimientos por parte de la Coordinación de la Carrera?
	9. ¿Cómo califica la capacidad tecnológica que tiene la Universidad para cubrir las necesidades de la educación virtual?		23. ¿Cómo califica el tiempo de respuesta a sus requerimientos desde el Decanato de la Facultad?

Tabla 4
Correlación de preguntas (continuación)

	Calidad	Satisfacción
Eficacia	12. ¿Cómo califica la metodología empleada por los docentes durante el proceso enseñanza-aprendizaje?	24. ¿Cómo califica la resolución de sus requerimientos por parte del Decanato de la Facultad?

Objetivo Específico 1

Identificar la correlación entre las dimensiones pertinencia y aprendizaje de la carrera de Mercadotecnia de la UEB.

Hipótesis Específica 1

Ha: Existe una correlación entre las dimensiones pertinencia y aprendizaje de la carrera de Mercadotecnia de la UEB.

Ho: No Existe una correlación entre las dimensiones pertinencia y aprendizaje de la carrera de Mercadotecnia de la UEB.

Nivel de significancia: alfa = 0,05

Regla de decisión:

Si $p \leq \alpha$; se rechaza la hipótesis nula

Si $p > \alpha$; se acepta la hipótesis nula

Tabla 5
Correlaciones pertinencia y aprendizaje

	14. ¿Considera que las clases virtuales fortalece las habilidades y destrezas necesarias para el desempeño de su profesión?		16. ¿Cuál es su grado de satisfacción a través de las clases virtuales?
Rho de Spearman	14. ¿Considera que las clases virtuales fortalece las habilidades y destrezas necesarias para el desempeño de su profesión?	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,399**
		N	41
			,010
			41

Tabla 5
Correlaciones pertinencia y aprendizaje (continuación)

		14. ¿Considera que las clases virtuales fortalece las habilidades y destrezas necesarias para el desempeño de su profesión?	16. ¿Cuál es su grado de satisfacción a través de las clases virtuales?
16. ¿Cuál es su grado de satisfacción a través de las clases virtuales?	Coefficiente de correlación	,399**	1,000
	Sig. (bilateral)	,010	.
	N	41	41

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

- Como $0,010 \leq 0,05$, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, con un nivel de confianza del 95%.
- El valor 0,399 recae en correlación positiva media.
- Por medio de la verificación de la primera hipótesis se da cumplimiento al primer objetivo específico, estableciéndose que, si existe una correlación entre las dimensiones pertinencia y aprendizaje de la carrera de Mercadotecnia de la UEB, tomados como caso de estudio a los egresados de esta (estudiantes de titulación).

Objetivos Específico 2

Establecer la correlación entre las dimensiones relevancia y comunicación de la carrera de Mercadotecnia de la UEB

Hipótesis Específica 2

Ha: Existe una correlación entre las dimensiones relevancia y comunicación de la carrera de Mercadotecnia de la UEB

Ho: No Existe una correlación entre las dimensiones relevancia y comunicación de la carrera de Mercadotecnia de la UEB

Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

Regla de decisión:

Si $p \leq \alpha$; se rechaza la hipótesis nula

Si $p > \alpha$; se acepta la hipótesis nula

Tabla 6

Correlaciones entre relevancia y comunicación

	11. ¿Cómo califica el grado de motivación por parte de los docentes, para una adecuada participación de los estudiantes en las clases virtuales?		11. ¿Cómo califica el grado de motivación por parte de los docentes, para una adecuada participación de los estudiantes en las clases virtuales?	19. ¿Cómo califica la comunicación e información emitida desde de la Coordinación de la Carrera?
Rho de Spearman	11. ¿Cómo califica el grado de motivación por parte de los docentes, para una adecuada participación de los estudiantes en las clases virtuales?	Coefficiente de correlación	1,000	,490**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	41	41
	19. ¿Cómo califica la comunicación e información emitida desde de la Coordinación de la Carrera?	Coefficiente de correlación	,490**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	41	41

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

- Como $0,001 \leq 0,05$, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, con un nivel de confianza del 95%.
- El valor 0,49 recae en correlación positiva media considerable
- Por medio de la verificación de la segunda hipótesis específica se da cumplimiento al segundo objetivo específico, estableciéndose que, si existe una correlación entre las dimensiones relevancia y comunicación de la carrera de Mercadotecnia de la UEB, tomados como caso de estudio a los egresados de esta (estudiantes de titulación).

Objetivos Específico 3

Determinar la correlación entre las dimensiones eficacia y gestión administrativa de la carrera de Mercadotecnia de la UEB.

Hipótesis Específica 3

Ha: Existe una correlación entre las dimensiones eficacia y gestión administrativa de la carrera de Mercadotecnia de la UEB

Ho: No existe una correlación entre las dimensiones eficacia y gestión administrativa de la carrera de Mercadotecnia de la UEB

Nivel de significancia: alfa = 0,05

Regla de decisión:

Si $p \leq \alpha$; se rechaza la hipótesis nula

Si $p > \alpha$; se acepta la hipótesis nula

Tabla 7

Correlaciones entre relevancia y comunicación

	9. ¿Cómo califica la capacidad tecnológica que tiene la Universidad para cubrir las necesidades de la educación virtual?		9. ¿Cómo califica la capacidad tecnológica que tiene la Universidad para cubrir las necesidades de la educación virtual?	21. ¿Cómo califica la resolución de sus requerimientos por parte de la Coordinación de la Carrera?
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000	,425**
		Sig. (bilateral)	.	,006
		N	41	41
	21. ¿Cómo califica la resolución de sus requerimientos por parte de la Coordinación de la Carrera?	Coefficiente de correlación	,425**	1,000
		Sig. (bilateral)	,006	.
		N	41	41

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

- Como $0,006 \leq 0,05$, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, con un nivel de confianza del 95%.
- El valor 0,425 recae en correlación positiva media.
- Por medio de la verificación de la tercera hipótesis específica, se da cumplimiento al tercer objetivo específico estableciéndose que, si existe una correlación entre las dimensiones eficacia y gestión administrativa de la carrera de Mercadotecnia de la UEB, tomados como caso de estudio a los egresados de esta (estudiantes de titulación).

Objetivo General

Determinar la correlación entre la Calidad del proceso académico y la satisfacción de sus actores caso Egresados de la carrera de Mercadotecnia de la UEB. 2021 – 2022.

Hipótesis General

Ha: Existe una correlación entre la Calidad del proceso académico y la satisfacción de sus actores caso Egresados de la carrera de Mercadotecnia de la UEB.

Ho: Existe una correlación entre la Calidad del proceso académico y la satisfacción de sus actores caso Egresados de la carrera de Mercadotecnia de la UEB.

Nivel de significancia: alfa = 0,05

Regla de decisión:

Si $p \leq \alpha$; se rechaza la hipótesis nula

Si $p > \alpha$; se acepta la hipótesis nula

Tabla 8

Correlaciones de variables

			Variable independiente	Variable dependiente
Rho de Spearman	Variable independiente	Coefficiente de correlación	de 1,000	,509**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	41	41
	Variable dependiente	Coefficiente de correlación	de ,509**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	41	41

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

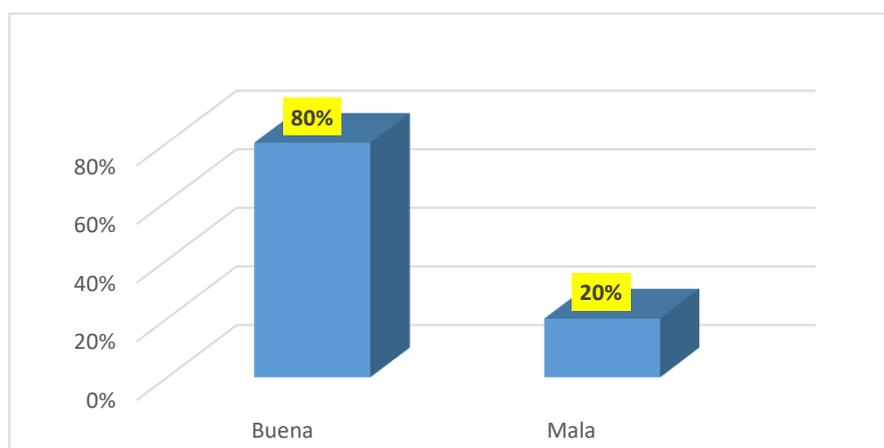
- Como $0,001 \leq 0,05$, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, con un nivel de confianza del 95%.
- El valor 0,509 recae en correlación positiva media considerable
- Por medio de la verificación de la hipótesis general, se da cumplimiento al objetivo general

Gráficos de las variables

- Variable independiente

Figura 2

Calidad en el proceso académico

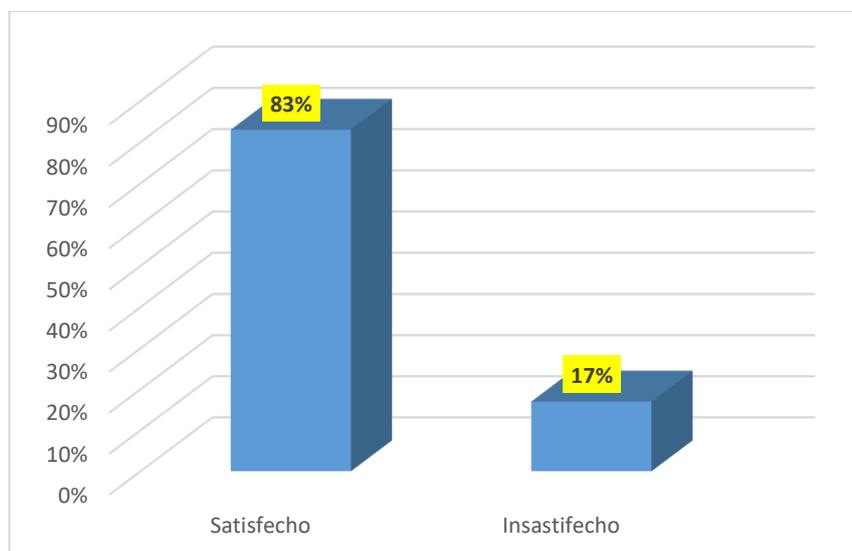


- El 80% de los egresados (estudiantes de titulación) de la carrera de Mercadotecnia de la UEB, establecen que la Calidad del Proceso Académico es bueno.

- Variable dependiente

Figura 3

Satisfacción de los actores (Egresados)



- El 83% de los egresados (estudiantes de titulación) de la carrera de Mercadotecnia de la UEB, están satisfechos con la Calidad del Proceso Académico.

Conclusiones

- Como resiliencia Educativa Durante la Pandemia: La adaptación de la Universidad Estatal de Bolívar (UEB) a la modalidad virtual como respuesta a la pandemia de COVID-19 ha sido notable. La transición a la educación a distancia ha permitido una curva de aprendizaje en constante crecimiento y ha minimizado los problemas de adaptación a esta nueva modalidad, lo que resalta la capacidad de la institución para enfrentar desafíos sin precedentes.
- Los resultados revelan una correlación positiva y significativa entre la calidad del proceso académico y la satisfacción de los egresados de la Carrera de Mercadotecnia de la UEB. Esto subraya la importancia de mantener y mejorar continuamente la calidad de la educación como un factor determinante en la satisfacción de los estudiantes. Este resultado es de particular importancia en el contexto de la educación superior, ya que subraya la necesidad de diseñar planes de estudio y actividades curriculares que estén alineados con las demandas y expectativas del mercado laboral en el campo de la Mercadotecnia
- La dimensión de comunicación, tanto a nivel institucional como a nivel de carrera, juega un papel crucial en la satisfacción de los egresados. Una comunicación efectiva entre la institución, la coordinación de carrera y los egresados contribuye positivamente a la percepción de calidad y, por ende, a la satisfacción de los estudiantes.
- La efectividad en la gestión administrativa de la Carrera de Mercadotecnia de la UEB ha sido destacada por los egresados. Este resultado implica que la administración de la carrera ha desempeñado un papel fundamental en la experiencia educativa, lo que ha contribuido a la satisfacción de los estudiantes. Esto indica que cuando los contenidos son pertinentes y están alineados con las necesidades y expectativas de los estudiantes, la comunicación fluye de manera más efectiva, lo que a su vez contribuye a un ambiente educativo más productivo y enriquecedor.
- Los altos porcentajes de egresados que califican la calidad del proceso académico como "bueno" y expresan satisfacción indican que la Carrera de Mercadotecnia de la UEB está en el camino correcto, puesto que la institución está cumpliendo con éxito su objetivo de proporcionar una educación de calidad que satisface las necesidades y expectativas de sus egresados. Se recomienda continuar invirtiendo en la mejora constante de la calidad educativa para mantener altos niveles de satisfacción y seguir siendo una institución educativa de excelencia.

Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

Referencias Bibliográficas

- Arciniegas Ortiz, A. J., & Mejías Acosta, A. A. (2017). Percepción de la calidad de los servicios prestados por la Universidad Militar Nueva Granada con base en la escala Servqualing, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple. *Comuni@cción, 1*. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2219-71682017000100003&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Bell, R. F. (2017). El desarrollo de los procesos sustantivos de la educación superior ecuatoriana ante el reto de la inclusión educativa. *Revista Latinoamericana de Educación Inclusiva, 11*(1), 199–212. <https://doi.org/10.4067/S0718-73782017000100012>
- Bernate, J. A., Guataquira Romero, A., Melo Romero, N. E., & Escobar Reyes, C. P. (2020). Satisfacción de la Calidad Educativa en Educación Superior *Satisfaction with Upper Education Quality. PODIUM, 37–50*. <https://doi.org/10.31095/podium.2020.38.3>
- Berry, T. H., Agudelo, I., & Lopetegui, G. R. (1995). *Cómo gerenciar la transformación hacia la calidad total* (1ra ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Canela López, J. R. (2004). *La gestión de la calidad total en la empresa moderna* (1ª ed.). Alfaomega.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). *La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19*. Naciones Unidas, 1–21. https://www.siteal.iiep.unesco.org/respuestas_educativas_covid_19.
- Cucinotta, D., & Vanelli, M. (2020). WHO Declares COVID-19 a Pandemic. *Acta Biomedica Atenei Parmensis, 91*(1), 157–160. <https://doi.org/10.23750/abm.v91i1.9397>
- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study.
- Díaz Palacios, J. A. (2013). *Calidad educativa: un análisis sobre la acomodación de los sistemas de gestión de la calidad empresarial a la valoración en educación*. 18. files/1177/Palacios - 2013 - CALIDAD EDUCATIVA UN ANÁLISIS SOBRE LA ACOMODACIÓN.pdf

Fuentes Durán, M. J. (2021). Evaluación de la calidad del servicio estudiantil en la carrera de Derecho de una Institución de Educación Superior pública de Guayaquil. Evaluation of the student services quality in the Law Career from a Public Institution of Higher Education in Guayaquil. *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 8(2), 121–200.

Horovitz, J. (1991). *La calidad del servicio* (McGraw-Hill, Ed.; 1ra Ed.).

López Gumucio, R. (2005). La calidad total en la empresa moderna. *Perspectivas*, 8, 67–85. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942412006>

Marinoni, Giorgio., Van't Land, Hilligje., Jensen, Trine., & Asociación Internacional de Universidades. (2020). *The impact of COVID-19 on higher education around the world IAU global survey report*. International Association of Universities.

Ordorika, I. (2020). Pandemia y educación superior. *Revista de La Educación Superior*. <https://doi.org/10.36857/resu.2020.194.1120>

Orozco Carrillo, J. P., Pazmiño Alarcón, K. L., Alvear Haro, P. F., & Jiménez Vargas, N. P. (2020). Gestión de calidad total en instituciones de educación superior. *MktDescubre*, 17–26. <http://revistas.epoch.edu.ec/index.php/mktdescubre/article/view/355>

Pérez Yuste, R. (2005). Calidad de la educación, calidad en la educación. Hacia su necesaria integración. *Educación XXI*, 8(0). <https://doi.org/10.5944/educxx1.8.0.341>

Santana Sardi, A. G., Gutiérrez-Santana, A. J., Zambrano Palacios, V. C., & Castro Coello, R. L. (2020). *La Educación Superior ecuatoriana en tiempo de la pandemia del Covid-19*. 6, 757–775. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1428>

Suárez Monzón, N. (2020). Formación docente universitaria y crisis sanitaria COVID-19. *CienciaAmérica* (2020), 9, 6. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i2.299>

Surdez Pérez, E. G., Sandoval Caraveo, M. del C., & Lamoyi, C. L. (2018). Satisfacción estudiantil en la valoración de la calidad educativa universitaria. *Educación y Educadores*, 21(1), 9–26. <https://doi.org/10.5294/edu.2018.21.1.1>

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Conciencia Digital**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Conciencia Digital**.



Indexaciones

