



Calidad del proceso académico y la satisfacción de sus actores: Caso docencia de la Carrera de Mercadotecnia de la UEB

Quality of the academic process and the satisfaction of its actors: Teaching Case of the Marketing Career of the UEB

León Monar, Patricia De Lourdes; Barragán Quizhpe, Christian Fernando;
Albán Trujillo, Paola Estefanía; Castro Berio, Fidel Alberto

Patricia De Lourdes León Monar

pleon@ueb.edu.ec

Universidad Estatal de Bolívar, Ecuador

Christian Fernando Barragán Quizhpe

vquizhpe@ueb.edu.ec

Universidad Estatal de Bolívar, Ecuador

Paola Estefanía Albán Trujillo

palban@ueb.edu.ec

Universidad Estatal de Bolívar, Ecuador

Fidel Alberto Castro Berio

fcastro@ueb.edu.ec

Universidad Estatal de Bolívar, Ecuador

Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación

CIDEPRO, Ecuador

e-ISSN: 2588-1000

Periodicidad: Trimestral

Vol. 6, No. 43, 2022

editor@journalprosciences.com

Recepción: 24 Abril 2022

Aprobación: 8 Junio 2022

DOI: <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol6iss43.2022pp308-321>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.

Cómo citar: León Monar, P. L., Barragán Quizhpe, C. F.,
Albán Trujillo, P. E., & Castro Berio, F. A. (2022). Calidad del
proceso académico y la satisfacción de sus actores: Caso docencia
de la Carrera de Mercadotecnia de la UEB. Pro Sciences: Revista
De Producción, Ciencias E Investigación, 6(43),308-321. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol6iss43.2022pp308-321>

Resumen: El presente trabajo investigativo se ha desarrollado para conocer la calidad del proceso académico y la satisfacción de los docentes como actores de dicho proceso en la Carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar. La investigación inicia siendo de tipo descriptivo para tener un alcance correlacional, guarda un enfoque cuali-cuantitativo, la recolección de información se realizó a través de encuestas online aplicadas a los docentes de la Carrera. Los hallazgos más significativos son: Los resultados de la encuesta presentan mayoritariamente categorías favorables y de satisfacción; La obtención de valores favorables para el Alfa de Cronbach fijándose en un rango de 0,72 a 0,99 de confiabilidad interna de las dimensiones; Las pruebas RHO de Spearman reportaron resultados positivos para hacer inferencias por cuanto las variables alcanzan un coeficiente de correlación considerable y muy fuerte, es decir, existe una relación positiva entre las variables; la verificación de hipótesis permite dar cumplimiento a los objetivos planteados. Finalmente, las conclusiones más relevantes son: El docente asume un rol protagónico en el proceso académico, por tanto, se debe promover su desarrollo integral en ambientes y condiciones de trabajo favorables, distribución de tiempo equilibrado, evaluación del nivel de satisfacción.

Palabras clave: calidad, docentes universitarios, proceso educativo, satisfacción.

Abstract: The present investigative work has been developed to know the quality of the academic process and the satisfaction of the Teachers as actors of said process in the Marketing Career of the State University of Bolívar. The research begins with a descriptive type to have a correlational scope, it has a qualitative-quantitative approach, the collection of information was carried out through online surveys applied to the teachers of the Career. The most significant findings are: The results of the survey mostly present favorable and satisfaction categories; obtaining favorable values for Cronbach's Alpha, setting a range of 0.72 to 0.99 of internal reliability of the dimensions; Spearman's RHO tests reported positive results to make inferences because the variables reach a considerable correlation coefficient and Very strong, that is, there is a positive relationship between the variables; The verification of hypotheses allows compliance with the proposed objectives. Finally, the most relevant conclusions

are: The teacher assumes a leading role in the academic process, therefore, their comprehensive development should be promoted in favorable environments and working conditions, balanced time distribution, evaluation of the level of satisfaction.

Keywords: quality, university teachers, educational process, satisfaction.

INTRODUCCIÓN

La Educación Superior (ES) permanece en constantes transformaciones y con ello los sistemas de calidad. Es parte del quehacer educativo el mejoramiento continuo, de ahí la importancia de medir periódicamente los procesos académicos y factores relacionados. Uno de los aspectos importante es conocer la satisfacción de sus gestores, siendo los docentes uno de los actores principales de las Instituciones de Educación Superior (IES).

Es preciso reconocer que la gestión de las IES se ve influenciada por factores externos e internos del entorno en el que se desarrollan, razón por la cual su capacidad de respuesta es limitada frente a factores macroambientales, al no poder controlar el comportamiento de variables económicas, políticas, tecnológicas, sociales y legales que pueden impactar a favor o en contra de la IES. Lo contrario sucede con variables del microentorno donde se puede controlar o cambiar el comportamiento, a través de acciones y decisiones favorables, y es precisamente aquí donde está involucrado el talento humano, particularmente el profesorado. Si bien, actualmente, los docentes enfrentan desafíos educativos propios de su labor y desempeño, también es vital que la IES brinde las facilidades y lo necesario para lograr un proceso académico de calidad.

Según OREAL/UNESCO, 2016 manifiesta que la educación de calidad representa variables como la eficiencia (buen uso de recursos), equidad (distribución de beneficios educativos), relevancia (responda a necesidades de la sociedad) y pertinencia (responda a las necesidades del estudiantado). De lo anterior, se comprende que la educación depende del adecuado uso de recursos, herramientas, infraestructura y soporte material, pero también, del sistema educativo, docentes y apoyo gubernamental.

En términos generales se considera que la labor docente es el punto medular de los procesos de enseñanza-aprendizaje y por ello resulta crucial el mejoramiento constante de su desempeño que los lleve a alcanzar resultados significativos para el estudiantado. Más aún cuando la educación es un derecho universal de los individuos, misma que se caracteriza por principios de equidad, relevancia, pertinencia, eficacia y eficiencia. Por su parte, el docente posee competencias, habilidades y destrezas propias de la profesión a través de las cuales puede orientar, guiar y evaluar el proceso académico, para lo cual requiere contar con las herramientas, recursos, infraestructura, tecnología, sistemas de comunicación apropiados y gestión administrativa eficiente. Según (Román & Murillo, 2008): “Los docentes son actores claves y relevantes para la calidad de los procesos de enseñanza y aprendizajes (...)”.

(León P. , Quizhpe, Borja, & Alarcón, 2021) refieren en su investigación “Si bien el ritmo de la sociedad cambio a raíz de la pandemia por covid19 el sistema de educación no fue la excepción (...) Han crecido las necesidades y exigencias tecnológicas, de infraestructura, aulas virtuales, equipos y dispositivos modernos, softwares especializados, conectividad estable a internet y servidores con mayor capacidad de almacenamiento”. A consecuencia de ello el requerimiento principal es

capacitar y preparar al profesorado para enfrentar la nueva realidad de un proceso académico desde la virtualidad.

Por su parte, la satisfacción ha sido estudiada por la psicología, misma que en búsqueda de descifrar y comprender el comportamiento humano dio origen a múltiples teorías, entre ellas la teoría de Rogers, Maslow, emociones intelectuales y neurolingüística. Zas B. (2002) citado por (Velandia Slazar, Ardón Centeno, & Jara Navarro, 2007) refieren la definición de satisfacción como: “Pagar enteramente lo que se debe, aquietar, saciar, dar solución, cumplir, llenar, gustar, agradar a una persona, algo o alguien, estar conforme uno con algo o alguien”.

Por su parte (Kotler & Keller, 2012) afirman:

En general, la satisfacción es el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto (o resultado) contra las expectativas que se tenían. Si el resultado es más pobre que las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si es igual a las expectativas, estará satisfecho. Si excede las expectativas, el cliente estará muy satisfecho o complacido (p. 128).

(León M. P., 2020) menciona en su investigación que las organizaciones direccionan sus esfuerzos a lograr la complacencia y satisfacción de clientes interno y externos, profundizando el análisis en las consecuencias de una percepción negativa o insatisfacción de la calidad, la cual afectaría a la imagen institucional, lo contrario sucede al alcanzar la satisfacción de los actores, obteniendo beneficios como: lealtad, efecto multiplicador boca-oído (difusión gratuita) y reconocimiento favorable del público.

Los resultados expuestos tras un proceso académico en la virtualidad refieren satisfacciones e insatisfacciones de los actores, estableciendo correlaciones entre las dimensiones. Por tanto, la labor docente se evidencia a través de acciones que buscan beneficiar el proceso académico desarrollado en un ambiente presencial o virtual pero que debe contar con elementos y circunstancias que permitan materializar los objetivos de enseñanza aprendizaje. Las IES en su mayoría priorizan el logro de la satisfacción estudiantil, dejando en segundo plano la satisfacción de docentes, es por ello que la presente investigación responde al cuestionamiento “¿Existe relación entre las variables calidad del proceso académico y la satisfacción de sus actores, caso docencia de la carrera de Mercadotecnia de la UEB? De lo anterior, se establece como objetivo general el determinar la correlación entre las variables *Calidad del proceso académico* y la *satisfacción de sus actores*: caso docencia de la Carrera de Mercadotecnia de la UEB 2021 – 2022. Para el efecto de esta investigación se abordaron las dimensiones: 1) Pertinencia; 2) Enseñanza-Aprendizaje; 3) Relevancia; 4) Comunicación; 5) Eficacia; 6) Gestión administrativa. De tal manera, que se establecieron objetivos específicos y consecuentemente hipótesis específicas.

Tabla 1. Planteamiento de objetivos e hipótesis

Objetivo general	Hipótesis general	Objetivos específicos	Hipótesis específicas
Determinar la correlación entre la calidad del proceso académico y la satisfacción de sus actores: caso docencia de la Carrera de Mercadotecnia de la UEB 2021 – 2022.	Existe una relación entre la Calidad del proceso académico y la satisfacción de sus actores en la carrera de Mercadotecnia de la UEB.	Identificar la correlación entre las dimensiones pertinencia y aprendizaje de la carrera de Mercadotecnia de la UEB.	Existe una relación entre calidad educativa y la enseñanza 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.	Existe una relación entre calidad educativa y organización educativa 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.	Existe una relación entre calidad educativa y servicios universitarios de la carrera de Mercadotecnia de la UEB.

Elaborado por: los autores

METODOLOGÍA

La investigación se ha realizado en la carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar, el diseño de la investigación es no experimental, el tipo de diseño es transversal, cuyo nivel investigativo es descriptivo, porque describe los hechos como observados; con un enfoque cuali-cuantitativo; correlacional, porque estudia las relaciones entre la variable calidad del proceso académico y satisfacción académica en los docentes de la Carrera de Mercadotecnia; predictivo, porque tiene como propósito prever o anticipar situaciones futuras y de alcance transversal, porque se realiza en el periodo académico noviembre 2021-marzo 2022, por tanto, para esta última, se aplicó la técnica de la encuesta y requirió de una medición en un solo instrumento para describir las variables de estudio e identificar las relaciones entre ella y valorar la posible predicción del proceso académico de la satisfacción de los estudiantes (Pollit & y Hungler, 2002).

Criterios de inclusión: docentes de la carrera del ciclo noviembre 2021-marzo 2022.

Criterios de exclusión: docente que no participó, pese a ser invitado por medio del correo institución para contestar la encuesta online.

Proceso de recolección de datos

Para la recolección de la información se realizó un cuestionario evaluativo tipo encuesta, mismo que fue validado por expertos docentes de la carrera de Administración de Empresas y Mercadotecnia. El instrumento consta de cuatro dimensiones: 1) Informativo del encuestado (6 preguntas); 2) Servicio que brinda la plataforma institucional EVEA (12 preguntas); 3) Atención de comunicación de carrera (3 preguntas); y 4) Atención de comunicación del decanato (3 preguntas); dando un total de 24 ítems, de este total los ítems 1, 3, y 18 es de alternativa de respuesta nominal y las demás tienen alternativas de escala ordinal.

La encuesta fue diseñada y aplicada mediante el programa Google Forms, para lo cual previamente mediante correo electrónico institucional de la Universidad Estatal de Bolívar se invitó a docentes a contestar mencionada encuesta. Posteriormente se realizó la validación de la consistencia interna en las tres dimensiones.

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

Tabla 2. Estadísticas de fiabilidad

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

Fuente: Datos procesados SPSS V 25

Elaborado por: los autores

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

Tabla 3. Estadísticas de fiabilidad

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

Fuente: Datos procesados SPSS V 25

Elaborado por: los autores

Tabla 4. Rangos 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
1,00	Confiabilidad perfecta

Elaborado por: los autores

Los resultados están en excelente confiabilidad, lo que explica que la consistencia interna de estas dimensiones está bien formulada.

Para el procesamiento de datos se utilizó la hoja del cálculo Excel y el programa estadístico SPSS V 25.

RESULTADOS

En síntesis, la encuesta se aplicó al total de 23 docentes relacionados con la Carrera de Mercadotecnia, obteniendo una respuesta del 86,67%. Los encuestados están en edades entre el rango de 30 a 59 años.

Inicialmente el 69% de docentes califica de “Buena” la accesibilidad del Sistema de Autenticación Centralizada (SAC) de la UEB, de igual manera califican el servicio y las facilidades de la plataforma EVEA (Entorno Virtual de Enseñanza Aprendizaje) para desarrollar sus actividades académicas; el 62% de docentes refiere una interacción con los estudiantes de

2 a 5 veces por semana, pero solo un 48% expone que la interacción es “Buena”, no así, el 38% lo considera como “Regular”; por otro lado, manifiestan el uso de metodologías de enseñanza aprendizaje como: Estudio de casos, Aprendizaje Orientado a Proyectos (AOP), Aprendizaje Cooperativo (AC), PACIE, Flipped classroom y el método expositivo; el 85% de docentes concuerda que la universidad brinda las herramientas necesarias para cumplir con sus labores académicas; sin embargo, la mayoría equivalente al 54% sostiene que el desempeño de los estudiantes en la virtualidad es “Regular”, por lo que califican entre 50% a 80% la efectividad del aprendizaje en sus estudiantes; así también, frente al cuestionamiento de que las clases virtuales fortalecen las habilidades y destrezas del estudiante la mayoría (46%) se mantiene neutral, es decir, ni de acuerdo ni en desacuerdo, pero el 38% concuerdan que al menos genera un mejor desarrollo investigativo.

Por otro lado, los docentes dividen su criterio en “Bueno” y “Regular” para valorar el grado de motivación que reciben para su desempeño académico, para el efecto el 62% de docentes reconoce y califica como satisfactorio las capacitaciones recibidas por parte de la universidad; finalmente, un 46% califica como “Buena” la enseñanza en la virtualidad frente a un 38% que lo considera “Regular”.

Frente a la gestión administrativa de la carrera, entre algunos elementos se mencionan: el 85% de docentes considera satisfactorio la distribución de asignaturas a su cargo, así como, las actividades administrativas en un 54%, por cuanto dichas responsabilidades están en función de acuerdo al perfil profesional, experiencia, conocimiento y dedicación, sin embargo, el 48% restante presenta insatisfacción por el exceso y la diversidad de actividades de gestión y construcción de informes administrativos por cada una de ellas; el 69% de docentes califica su desempeño académico en la virtualidad como “Bueno”; similar porcentaje recomienda el retorno inmediato a la presencialidad en el campus universitario; en cuanto a la comunicación e información emitida desde la coordinación de carrera el 69% la califica como “Muy buena”, asimismo, el tiempo de respuesta y solución a sus requerimientos con el 62% y 69% respectivamente.

En cuanto a la gestión del Decanato de la Facultad en lo que respecta a comunicación e información los docentes la califican como “Regular” en un 54%; mientras el tiempo de respuesta a sus requerimientos lo califican como “Bueno” y “Regular” con el 38% respectivamente; así también, la resolución de sus requerimientos por parte del Decanato es valorado como “Regular” por el 46%.

Las principales sugerencias para los directivos por parte de los docentes son: Retorno presencial a clases; interiorización de responsabilidades; establecimiento de estrategias de seguimiento al desempeño docente en función del Modelo Genérico de Evaluación de Carreras; ejecutar acciones en función de objetivos de mejora institucional; analizar un número adecuado de actividades de gestión, a fin de que cumpla eficientemente con sus responsabilidades; mantener estabilidad en la asignación de asignaturas ciclo a ciclo; procurar mayor empatía con los docentes; mantener procesos de aseguramiento de la calidad que permitan la permanencia de la carrera.

2. Servicio que brinda la plataforma institucional, cumplimiento de objetivos y comprobación de hipótesis específicas:

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

Tabla 5. Dimensiones de las variables

Pertinencia	15. ¿Considera que las clases virtuales fortalece las habilidades y destrezas del estudiante?	Enseñanza Aprendizaje	13. ¿Cómo califica el desempeño de los estudiantes en la virtualidad?
	16. ¿Considera que las clases virtuales genera un mejor desarrollo investigativo en los estudiantes?		14. ¿En un promedio qué porcentaje califica la efectividad de aprendizaje en sus estudiantes?
	9. ¿Qué metodología utiliza para el proceso de enseñanza - aprendizaje virtual?		19. ¿Cómo califica la enseñanza en la virtualidad?
	18. ¿Cómo considera las capacitaciones recibidas por parte de la Universidad para su desempeño académico?		23. Recomendaría el retorno inmediato a la presencialidad en el campus universitario
Relevancia	12. ¿Cómo califica la interacción estudiante - docente durante las clases virtuales?	Comunicación	24. ¿Cómo califica la comunicación e información emitida desde de la Coordinación de la Carrera?
	17. ¿Cómo califica el grado de motivación recibido para su desempeño académico en las clases virtuales?		27. ¿Cómo califica la comunicación e información emitida desde Decanato de la Facultad?
	10. ¿Con qué frecuencia implementa métodos innovadores para un mejor aprendizaje?		22. ¿Cómo califica su desempeño académico en la virtualidad?
Eficacia	6. ¿Cómo califica la accesibilidad a los servicios que se encuentran en el Sistema de Autenticación Centralizada (SAC UEB)?	Gestión Adm	25. ¿Cómo califica el tiempo de respuesta a sus requerimientos desde la Coordinación de la Carrera?
	7. ¿Cómo califica el servicio y las facilidades de la plataforma EVEA para el cumplimiento de las actividades académicas durante el proceso de enseñanza- aprendizaje?		26. ¿Cómo califica la resolución de sus requerimientos por parte de la Coordinación de la Carrera?
	8. ¿Con qué frecuencia interactúa en el EVEA con sus estudiantes en la semana de labores académicas?		28. ¿Cómo califica el tiempo de respuesta a sus requerimientos desde el Decanato de la Facultad?
	11. ¿La Universidad le brinda las herramientas necesarias para el cumplimiento de sus actividades académicas virtuales?		29. ¿Cómo califica la resolución de sus requerimientos por parte del Decanato de la Facultad?

Elaborado por: los autores

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 6. Prueba de correlación no paramétrica RHO de Spearman-Hipótesis Específica 1

Correlaciones				
			15. ¿Considera que las clases virtuales fortalece las habilidades y destrezas del estudiante?	19. ¿Cómo califica la enseñanza en la virtualidad?
Rho de Spearman	15. ¿Considera que las clases virtuales fortalece las habilidades y destrezas del estudiante?	Coefficiente de correlación	1,000	,697**
		Sig. (bilateral)	.	,008
		N	13	13
	19. ¿Cómo califica la enseñanza en la virtualidad?	Coefficiente de correlación	,697**	1,000
		Sig. (bilateral)	,008	.
		N	13	13

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

Fuente: Datos procesados SPSS V 25

Elaborado por: los autores

Conclusión

Como $0,008 \leq 0,05$, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, con un nivel de confianza del 95%.

El valor 0,697 recae en correlación positiva considerable. Por medio de la verificación de la primera hipótesis se da cumplimiento al primer objetivo específico.

Objetivo 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 7. Prueba de correlación no paramétrica RHO de Spearman – Hipótesis específica 2

Correlaciones				
			12. ¿Cómo califica la interacción estudiante - docente durante las clases virtuales?	27. ¿Cómo califica la comunicación e información emitida desde Decanato de la Facultad?
Rho de Spearman	12. ¿Cómo califica la interacción estudiante - docente durante las clases virtuales?	Coefficiente de correlación	1,000	,560*
		Sig. (bilateral)	.	,046
		N	13	13
	27. ¿Cómo califica la comunicación e información emitida desde Decanato de la Facultad?	Coefficiente de correlación	,560*	1,000
		Sig. (bilateral)	,046	.
		N	13	13

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Datos procesados SPSS V 25
 Elaborado por: los autores

Conclusión

Como $0,046 \leq 0,05$, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, con un nivel de confianza del 95%.

El valor 0,560 recae en correlación positiva considerable.

Por medio de la verificación de la segunda hipótesis específica se da cumplimiento al segundo objetivo específico.

Objetivo 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: $\alpha = 0,05$

Regla de decisión:

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

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

Tabla 8. Prueba de Correlación no paramétrica RHO de Spearman – Hipótesis específica 3

Correlaciones				
			6. ¿Cómo califica la accesibilidad a los servicios que se encuentran en el Sistema de Autenticación Centralizada (SAC UEB)?	25. ¿Cómo califica el tiempo de respuesta a sus requerimientos desde la Coordinación de la Carrera?
Rho de Spearman	6. ¿Cómo califica la accesibilidad a los servicios que se encuentran en el Sistema de Autenticación Centralizada (SAC UEB)?	Coefficiente de correlación	1,000	,569*
		Sig. (bilateral)	.	,042
		N	13	13
	25. ¿Cómo califica el tiempo de respuesta a sus requerimientos desde la Coordinación de la Carrera?	Coefficiente de correlación	,569*	1,000
		Sig. (bilateral)	,042	.
		N	13	13

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Datos procesados SPSS V 25

Elaborado por: los autores

Conclusión

Como $0,042 \leq 0,05$, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, con un nivel de confianza del 95%.

El valor 0,569 recae en correlación positiva media.

Por medio de la verificación de la tercera hipótesis específica, se da cumplimiento al tercer objetivo específico.

Objetivo general

Determinar la correlación entre la calidad del proceso académico y la satisfacción de sus actores en 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 en la carrera de Mercadotecnia de la UEB.

Ho: No existe una correlación entre la calidad del proceso académico y la satisfacción de sus actores en 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 9. Prueba de correlación no paramétrica RHO de Spearman – Hipótesis general

Correlaciones				
			Variable Independiente	Variable dependiente
Rho de Spearman	Variable independiente	Coeficiente de correlación	1,000	,753**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	13	13
	Variable dependiente	Coeficiente de correlación	,753**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	13	13

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

Fuente: Datos procesados SPSS V 25

Elaborado por: los autores

Conclusión

Como $0,003 \leq 0,05$, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, con un nivel de confianza del 95%.

El valor 0,753 recae en correlación positiva muy fuerte.

Por medio de la verificación de la hipótesis general, se da cumplimiento al objetivo general.

Gráficos de las variables

Variable independiente

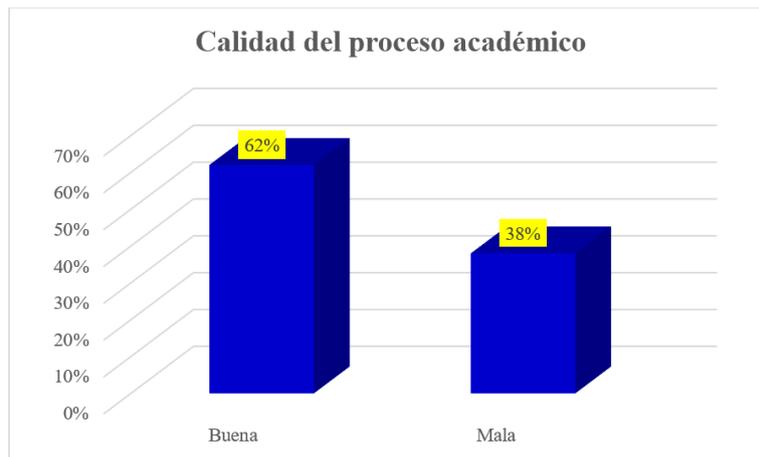


Gráfico 1. Variable independiente-Calidad del proceso académico

Fuente: Encuestas, 2021- 2022

Variable dependiente

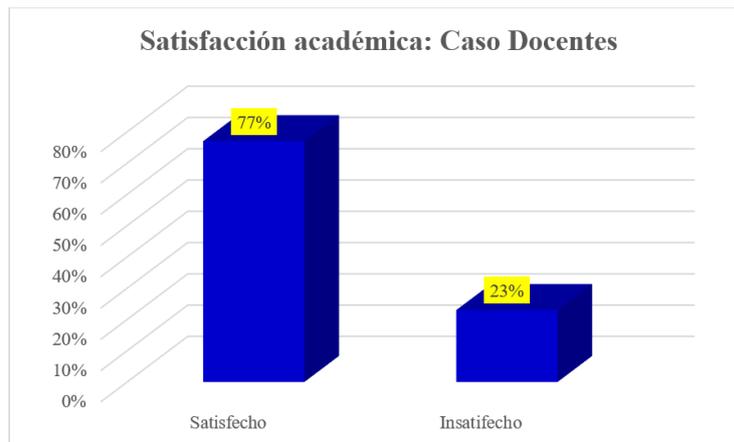


Gráfico 2. Variable dependiente-Satisfacción académica: caso docentes

Fuente: Encuestas, 2021- 2022

DISCUSIÓN

- El uso del coeficiente alfa de Cronbach permitió evaluar la fiabilidad y la consistencia interna del instrumento o escala de medida, obteniendo valores positivos en las tres dimensiones: 1) Servicio que brinda la plataforma EVEA refiere confiabilidad del 0,875; 2) Comunicación por parte de la Carrera, y 3) Comunicación por parte del Decanato de la Facultad alcanzan respectivamente una confiabilidad del 0,932; estos valores están en el rango entre 0,72 a 0,99 equivalente a Excelente confiabilidad.
- La prueba de correlación no paramétrica RHO de Spearman reportó resultados positivos para realizar inferencias porque las variables están interrelacionadas, como se muestra a continuación:
 - a. Hipótesis Específica 1: se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alterna (H_a), porque $p= 0,008$ es \leq de 0,05, concluyendo que “Existe una correlación entre las dimensiones pertinencia y aprendizaje de la carrera de Mercadotecnia de la UEB”, en cuanto al coeficiente de correlación alcanza un valor de 0,697 lo que es equivalente a una correlación positiva considerable, y se da cumplimiento al Objetivo 1.
 - b. Hipótesis Específica 2: se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alterna (H_a), porque $p= 0,046$ es \leq de 0,05, concluyendo que “Existe una correlación entre las dimensiones relevancia y comunicación de la carrera de Mercadotecnia de la UEB”, en cuanto al coeficiente de correlación alcanza un valor de 0,560 697 lo que es equivalente a una correlación positiva considerable, y se da cumplimiento al Objetivo 2.
 - c. Hipótesis Específica 3: se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alterna (H_a) porque $p= 0,042$ es \leq de 0,05, concluyendo que “Existe una correlación entre las dimensiones eficacia y gestión administrativa de la carrera de Mercadotecnia de la UEB”, en cuanto al coeficiente de correlación alcanza un valor de 0,569 lo que es equivalente a una correlación positiva considerable, y se da cumplimiento al Objetivo 3.
 - d. Finalmente, para la hipótesis general: se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alterna (H_a), porque $p= 0, 003$ es \leq de 0,05, concluyendo que “Existe una correlación entre la

Calidad del proceso académico y la satisfacción de sus actores en la carrera de Mercadotecnia de la UEB”, en cuanto al coeficiente de correlación alcanza un valor de 0,753 lo que es equivalente a una correlación positiva muy fuerte, por medio de la verificación de la hipótesis general se da cumplimiento al objetivo general.

- Existe relación positiva entre las variables, lo que significa que, si se plantean y ejecutan acciones estratégicas para mejorar la calidad del proceso académico, también mejorará el nivel de satisfacción de los actores, o viceversa.

CONCLUSIONES

- La presente investigación coloca al individuo como núcleo y gestor de procesos educativos. Al conocer el contexto en el que se desarrollan los docentes también se logra reconocer el papel protagónico que cumplen en el proceso académico, por lo que la Carrera de Mercadotecnia debe preocuparse por el bienestar, así como, reconocimiento, motivación y apoyo al desempeño docente.
- La calidad del proceso académico resulta ser un tema muy complejo de definir y evaluar, más aún cuando está condicionado por factores de diversa índole. Sin embargo, el factor humano está inmiscuido en ese accionar y el cumplimiento de ideales de calidad, razón más que suficiente para promover el desarrollo integral del docente, propiciar ambientes y condiciones de trabajo favorables, equilibrar el tiempo con suficiente disponibilidad para investigar, capacitarse, planificar, preparar material de clase, entre otras actividades.
- Los resultados obtenidos de la investigación, además de brindar datos generales, permitieron confirmar fortalezas y reconocer debilidades institucionales. Por tanto, las manifestaciones de satisfacción o insatisfacción de los docentes resultan de evaluar su experiencia en el proceso académico. Si bien, una actitud positiva en el trabajo, hacia la Carrera o Institución podría ser percibida como satisfacción, podría también ser interpretada como el cumplimiento y superación de expectativas del docente.
- Luego del presente estudio, se da lugar a la necesidad investigativa de realizar futuros estudios longitudinales para conocer las variaciones del comportamiento de las variables de un periodo a otro, inclusive incluyendo a otras carreras de la misma institución o fuera de ella.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castellano, J. M., Almagro, J., & Ángel, F. (2021). Percepción estudiantil sobre la educación online en tiempos de COVID-19: Universidad de Almería (España). *Revista Científica 6 (19)*, 185-207.
- Escribano Hervis, E. (2018). El desempeño del docente como factor asociado a la calidad educativa en América Latina. *Revista Educación, volumen 42(2)*, 1-25.
- Gil, F., Urchaga, J., & Sánchez, A. (2020). Percepciones y expectativas en el alumnado universitario a partir de la adaptación a la enseñanza no presencial motivada por la pandemia de COVID-19. *Revista Latina de Comunicación Social 78*, 99-119.
- Humanante, P., Fernández, J., & Jiménez, C. (2019). Aulas virtuales en contextos universitarios; percepciones de uso por parte de los estudiantes. *Revista Espacios 40 (2)*, 3.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- León, M. P. (2020). Calidad de Servicio e Imagen Institucional: Caso de estudio GAD San Miguel

de Bolívar. *Revista de Investigación Enlace Universitario, Volumen 19(02), Julio - Diciembre 2020*, 72-83.

- León, P., Quizhpe, V. H., Borja, C., & Alarcón, G. (2021). Percepción de los estudiantes universitarios sobre el proceso de enseñanza aprendizaje en la virtualidad. *Pro Sciences: Revista De Producción, Ciencias E Investigación, 5(41)*, 103-113.
- León, P., Quizhpe, V., & Barragán, C. (2021). Incidencia de la modalidad virtual en el proceso de enseñanza aprendizaje de la carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar. *Pro Sciences: Revista De Producción, Ciencias E Investigación, 5(39)*, 24-32.
- Pollit, D., & y Hungler, B. (2002). *Investigación científica en ciencias de la salud. (6a ed.)*. México: MacGraw-Hill Interamericana.
- Ramírez, I., Jaliri, C., Méndez Roca, B., & Orlandini, I. (2020). Percepciones universitarias sobre la educación virtual. *Red de docentes IB, 3 (1)*, 1-6.
- Rodríguez, J. L. (enero de 2021). Percepción de estudiantes acerca de la educación en línea en el marco de la emergencia sanitaria Covid-19 Caso 5. Ecuador.
- Velandia Slazar, F., Ardón Centeno, N., & Jara Navarro, M. I. (2007). Satisfacción y calidad: análisis de la equivalencia o no de los términos. *Revista Gerencia y Políticas de Salud, Volumen 6(13)*, 139 - 168.