

AÑO 27 NO. 100
OCTUBRE-DICIEMBRE, 2022



Año 27

OCTUBRE-DICIEMBRE, 2022



Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES



Satisfacción de titulados: el caso de una carrera en una universidad estatal

Ganga Contreras, Francisco*
Alarcón Henríquez, Nancy**
Padilla Vera, Luciano Nicolás***
Díaz Pacheco, Nelson****

Resumen

Una de las características distintivas de la sociedad actual tiene que ver con el acceso a profusa información que tienen los diversos grupos de interés de las organizaciones, peculiaridad que transforma a los usuarios en entes altamente exigentes respecto de los productos y/o servicios que reciben. Considerando la realidad descrita previamente, se realiza una investigación que tiene como objetivo central evaluar si un conjunto de factores personales de los titulados influye en su nivel de satisfacción, en relación a la carrera de Ciencias Políticas y Administrativas de una universidad del Estado de Chile, para proveer de información a los tomadores de decisión, que les permita mejorar los procesos de las respectivas entidades. Se trata de un estudio con enfoque cuantitativo, descriptivo transversal, que utilizó el modelo de satisfacción de egresados de Gómez-Molina et al. (2019), que se aplicó a una muestra de 70 casos (egresados entre los años 2016 al 2020). El coeficiente alfa de Cronbach obtenido fue de 0,926 para el cuestionario completo, lo que indica una muy buena fiabilidad de la escala empleada. El análisis de datos incluyó prueba de U de Mann-Whitney y pruebas de Kruskal-Wallis. Se logró determinar que los titulados poseen niveles de satisfacción medio-bajos en todas las dimensiones estudiadas. Los resultados soportan además la idea que mayores niveles de satisfacción se asocian al campo laboral y a los niveles de renta más elevados.

Palabras clave: Satisfacción; Universidades; gobernanza universitaria; percepción del egresado; programa académico.

Recibido: 25.01.22

Aceptado: 25.06.22

* Doctor en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales, Universidad de Sevilla, España. Profesor Titular, Facultad de Educación de la Universidad de Tarapacá, Chile. Dirección: José Victorino Lastarria 26, Santiago, Región Metropolitana, Chile. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9325-6459> Correo electrónico: franciscoganga@uta.cl (Autor de correspondencia).

** Magíster en Gestión de Empresas, Universidad de Los Lagos, Chile. Académica del Departamento de Gobierno y Empresa, Universidad de Los Lagos, Chile. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3025-0257> Correo electrónico: n.alarcon@ulagos.cl

*** Administrador Público, Universidad de Los Lagos, Chile. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9062-8747> Correo electrónico: Lucianopv98@gmail.com

**** Magíster en Estudios Internacionales, Universidad de Chile, DEA en Negocios Internacionales, Universidad de Lleida, España, Doctorando en Relaciones Internacionales, Universidad de Nuevo León, México. Académico del Departamento de Gobierno y Empresa, Universidad de Los Lagos, Chile. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1651-2575> Correo electrónico: ndiaz@ulagos.cl

Graduate satisfaction: the case of a career at a state university

Abstract

One of the distinctive characteristics of today's society has to do with the access to profuse information that the various interest groups of the organizations have, a peculiarity that transforms users into highly demanding entities regarding the products and/or services they receive. Considering the reality previously described, an investigation is carried out whose main objective is to evaluate if a set of personal factors of the graduates influences their level of satisfaction, in relation to the Administrative Sciences career of a University of the State of Chile, to provide information to decision makers, which allows them to improve the processes of the respective entities. It is a study with a quantitative, descriptive cross-sectional approach, which used the graduate satisfaction model of Gómez-Molina et al. (2019), which worked with a sample of 70 cases (graduates between 2016 and 2020). The Cronbach's alpha coefficient obtained was 0,926 for the complete questionnaire, which indicates a very good reliability of the scale used. Data analysis included U Mann-Whitney test and Kruskal-Wallis tests. It was possible to determine that the graduates have medium-low satisfaction levels in all the dimensions studied. The results also support the idea that higher levels of satisfaction are associated with the labor field and income levels.

Key words: Satisfaction; Universities; university governance; graduate perception; academic program.

1. Introducción

El fin de una institución educacional, según León (2012), sería el de formar intelectualmente a los hombres y mujeres de una sociedad, buscando que estos tengan una personalidad basada en la vitalidad, sensibilidad, esfuerzo e inteligencia, lo cual ayudaría no solo al individuo en sí para que estos puedan surgir en su futuro, sino que, la sociedad también estaría beneficiada, al obtener jóvenes que buscan prosperidad y felicidad, lo cual llevará al progreso de la misma. Es aquí, donde una gran interrogante aparece: ¿Cómo conocer si la educación provista por las Universidades es la adecuada?

Una forma de contestar la pregunta anterior, es mediante los mismos usuarios, de esta manera se podrá conocer de la forma más precisa posible, las necesidades reales de éstos y qué tan satisfechos se encuentran con el servicio que les fue provisto.

En este orden de cosas, este trabajo busca evaluar si un conjunto de factores personales de los titulados influye en su nivel de satisfacción, en relación a la carrera de Ciencias Políticas y Administrativas de una universidad del Estado de Chile, para proveer de información a los tomadores de decisión, que les permita mejorar los procesos de las respectivas entidades. Se toma como

base, la percepción de los participantes en relación con el desarrollo personal y la respectiva estructura curricular del programa.

Para alcanzar el propósito central planteado, se realizó una investigación con enfoque cuantitativo, descriptivo transversal; tomando como base el modelo de satisfacción de egresados universitarios planteado por Gómez-Molina et al, (2019). Como instrumento de recolección de información, se utilizó un cuestionario aplicado a una muestra de 70 egresados entre los años 2016 al 2020. Complementariamente, para corroborar si existían diferencias relevantes a nivel estadístico entre las medianas de satisfacción de dos o más grupos de titulados, se emplearon pruebas no paramétricas: U de Mann-Whitney y Kruskal-Wallis, para muestras independientes.

En términos generales, se pudo determinar que no existen diferencias estadísticamente significativas en la satisfacción de los egresados por "edad", "género", "años de egreso" y "calidad jurídica", pero si para los titulados agrupados de acuerdo "sector de desempeño" y "nivel de renta". Adicionalmente, se encontró que la mayoría de los graduados están medianamente satisfechos con su carrera, existiendo un porcentaje muy reducido que tiene una satisfacción alta.

2. Satisfacción de usuarios y/o clientes

El concepto de satisfacción del usuario (o consumidor) ha sido estudiado constantemente por diferentes investigadores. Con el paso de los años, la necesidad de comprender lo que los usuarios quieren de una organización es de importancia para cualquier tipo

de entidad que provea servicios o productos (Zeithalm et al, 1993; Giese & Cote, 2000; Mora, 2011; Cinjarevic et al, 2010; Romero et al, 2018; Sánchez et al, 2015).

La satisfacción del usuario tiene una relación con la percepción del individuo que esté utilizando el bien o servicio, la cual dependerá en gran parte si las expectativas del sujeto son cumplidas o no. La satisfacción es una respuesta emocional ante su evaluación de la discrepancia percibida entre su experiencia previa/expectativas del producto y organización y el verdadero rendimiento experimentado una vez que ha recibido el producto o servicio (Valenzuela y Martínez, 2015; Lucero, 2018; Razak y Salem, 2019; Amaya et al, 2020).

Giese y Cote, (2000) concluyen, a partir de la revisión de la literatura y validados por los datos de entrevistas grupales y personal, que la satisfacción del consumidor es:

- Una respuesta afectiva resumida de intensidad variable.
- Con un punto de determinación temporal y una duración limitada.
- Dirigido a aspectos claves de adquisición y / o consumo de productos.

En la década de los ochenta, diversos autores realizan aportes relevantes como son los estándares de comparación alternativos a las expectativas en la formación del proceso de satisfacción, así como los deseos del cliente (Westbrook y Reilly, 1983); no obstante, es a partir de la década de los noventa cuando aparecen los nuevos enfoques del concepto de satisfacción, los que aportan una explicación mucho más desarrollada y completa. Lo anterior, permite formular modelos que integran los diferentes mecanismos que

conducen a los juicios de satisfacción (Cronin y Taylor, 1992; Anderson et al, 1994; Oliver, 1993).

A partir de la década de los ochenta y noventa, el conocimiento y la investigación de la satisfacción no ha sido exclusivo de la academia o comunidad científica, sino también el sector empresarial ha destinado recursos y esfuerzos y ha prestado un especial interés en la gestión y orientación de la satisfacción de los clientes (Quispe y Ayaviri, 2016:171).

La satisfacción del usuario se ha convertido en uno de los principales temas de estudio dentro del contexto de la calidad, no sólo en la búsqueda de un conocimiento teórico centrado en la conceptualización y comprensión de los procesos de formación de la satisfacción, sino también por su carácter práctico, lo cual interesa a las organizaciones centradas en la medición de dicho fenómeno.

Esta doble perspectiva refleja diferentes intereses a la hora de profundizar en el conocimiento de la satisfacción, por lo que algunos autores destacan la importancia de unir estos dos enfoques con el fin de operativizar el cuerpo investigador y, a la vez, ofrecer solidez teórica a las aplicaciones prácticas de la satisfacción (Quispe y Ayaviri, 2016:171).

Por lo tanto, la satisfacción del usuario es un elemento cardinal, cuando se trata de lograr los objetivos claves de las organizaciones (Amin et al, 2017; Davras y Caber, 2019; Gerdt et al, 2019; Hirata, 2019), y por lo mismo, la comprensión de sus necesidades y deseos debe constituirse en el elemento central de su quehacer (Feng et al, 2019; O'Dwyer & Gilmore, 2018). Para mantener satisfecho al cliente o usuario la organización debe saber escuchar y

realizar aquellos cambios que estén de acuerdo con sus necesidades (Alteren & Tudoran, 2019; Limbu et al, 2016; Rippé et al, 2016, Hamzah & Shamsudin, 2020), y no lo que las organizaciones creen que necesitan los clientes (Román y Martín, 2014).

Si colocamos el foco en el caso de las carreras universitarias, parece evidente la necesidad de conocer los niveles de satisfacción o insatisfacción de los egresados con respecto a la formación recibida, dado que esta información sirve de base para tomar decisiones que permitan corregir y mejorar al máximo el proceso formativo.

3. Modelo de satisfacción de egresados universitarios

Desde que se tomó conciencia de la complejidad que enfrentan las organizaciones, la administración ha asumido un rol central en el éxito de ellas, dado que es factor determinante en la eficiencia, eficacia y efectividad de sus procesos intra y periorganizacional. En este mismo sentido, se ha justificado la necesidad de disponer de personas con capacidades para dirigir, lo cual implica especiales competencias para optimizar el uso de recursos y observar las permanentes mutaciones que emergen contantemente. Las universidades, consideradas las organizaciones complejas por excelencia, no pueden estar ajenas a este fenómeno, y por lo mismo se han realizado múltiples estudios sobre su respectiva gobernanza (Acosta, 2006; Gines, 2009; Brunner y Ganga-Contreras, 2016; Ganga-Contreras et al, 2017; Ganga-Contreras y Maluk, 2017; Locatelli, 2018; Ganga-Contreras y González-Gil, 2020; Mancilla et al, 2020; Acosta-Silva, et al, 2021).

Determinar el nivel de satisfacción

de los diversos grupos de interés, es un desafío que toda organización necesita afrontar para poder perfeccionar los servicios o productos que se proporcionan a una sociedad cada vez más exigente (Munteanu et al, 2010; Aldeanueva, 2013; Guerra y Jaya, 2016; Masip, 2018; Ganga-Contreras et al, 2019; Rubio-Rodríguez et al, 2019). En una institución educacional, los estudiantes son uno de los grupos de interés más importantes, rol que los transforma en una fuente relevante de retroalimentación, al precisar de su mirada para poder mantener su papel fundamental en el proceso de desarrollo nacional, en el contexto de la sociedad del conocimiento y de los imperativos de la calidad (Ramírez et al, 2017; Ganga-Contreras, Villagra-Rivera y Navarrete-Andrade, 2015; Schlesinger et al, 2016; Araujo et al, 2020). En el caso de la educación superior, la medición de la satisfacción se convierte en un elemento fundamental en la valoración de la calidad de la educación.

Las primeras mediciones de satisfacción, al interior de las instituciones de educación superior pusieron el acento en las reacciones de los estudiantes a las experiencias vividas durante su permanencia en las distintas instituciones, prestando poca atención o casi nula atención a lo que sucedía después que dicho estudiantes obtenían su título y se desempeñaban profesionalmente, lo que dio como resultado que sólo unos pocos estudios han evaluado la satisfacción general de los titulados con sus respectivos programas académicos (Espinoza et al, 2018, Grigorieva et al, 2022).

Gómez-Molina et al, (2019:51) argumentan que los egresados, como resultado fundamental del proceso educativo, constituyen una

fuerza relevante de retroalimentación para las instituciones de educación superior, aportando información a las universidades que permite conectarlas con su entorno y en particular con las necesidades del mercado laboral, además de brindar un referente del grado de cumplimiento de su misión institucional por constituirse en un nexo entre la Institución y su contexto social.

Los estudios de satisfacción en titulados universitarios cobran una importancia fundamental en el proceso de evaluación curricular, con el fin de conocer la pertinencia y vigencia de los planes y programas, asimismo permiten la generación de espacios de reflexión y análisis que se traducen en la mejora continua de la calidad de los procesos académicos y administrativos (Casierra et al, 2018).

Avramkova et al, 2021 señalan que la creciente importancia del estudio de la satisfacción de los egresados universitarios con la calidad de la educación recibida, se asocia de manera relevante con los principales problemas del proceso educativo universitario moderno, que incluyen entre otros, la formación en carreras y programas que no se requieren en el mercado laboral o el interés por el hecho mismo de obtener un título de educación superior más que el interés real por el proceso de aprendizaje, lo cual genera la necesidad de revisar y/o actualizar los planes y programas de formación verificando constantemente la opinión de egresados sobre el plan de estudios, así como la congruencia entre los conocimientos adquiridos y las necesidades del mercado laboral (Salas et al, 2014; Cervantes et al, 2019).

De acuerdo a Espinoza y McGinn (2018), los graduados pueden sentirse satisfechos con su formación cuando

consiguen un trabajo prometedor de modo de explicar su situación laboral en términos de la calidad de la formación recibida; sin embargo, lo que los estudiantes piensan sobre un programa en particular no se puede generalizar a la universidad y a su vez la reputación de la universidad puede inducir a error con respecto a la calidad de un determinado programa (Espinoza y McGinn, 2018:135).

4. Consideraciones metodológicas de la investigación

La investigación se desarrolló mediante un enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo y con un diseño no experimental y transversal. Se utilizó el

modelo de satisfacción de egresados universitarios planteado por Gómez-Molina et al, (2019), el cual está enfocado en medir el nivel de satisfacción de egresados (en este caso titulados) en una carrera universitaria.

El cuestionario aplicado está compuesto por 15 ítems presentados en la forma de afirmaciones con respuestas cerradas, medidos en una escala Likert de 5 puntos que va desde "5= Muy de acuerdo hasta 1= Muy en desacuerdo", y que dan cuenta de 4 constructos; "Pertinencia Currículo", "Satisfacción programa", "Impacto en Sociedad" e "Imagen Egresado" (para efectos de esta investigación, se considerarán sinónimos los conceptos de egresados, titulados y graduados).

Tabla 1
Constructos e Ítems

Constructo	Código	Ítems
Pertinencia del currículo	PC1	Gracias a mi formación académica he podido realizar con eficiencia y calidad mis actividades laborales
	PC2	He empleado las prácticas académicas aprendidas en mi formación para desempeñarme laboralmente
	PC3	El perfil de formación de mi carrera es acorde a las necesidades del sector público en el que me he desempeñado
	PC4	He podido acceder a un nivel de responsabilidad laboral acorde con el perfil y formación de mi carrera
Satisfacción programa	SP1	La formación que recibí en mi carrera ha contribuido al desarrollo de mi proyecto de vida
	SP2	Las labores que he desempeñado cumplen mis expectativas
	SP3	Mi profesión es adecuadamente valorada en el entorno laboral
	SP4	He realizado aportes a la sociedad y/o lugar de trabajo que me han permitido sentir satisfacción personal
	SP5	He recibido reconocimientos por mi desempeño laboral en relación con la profesión que estudié

Cont... Tabla 1

Impacto en sociedad	IS1	Siento que he tenido las mismas oportunidades laborales que un egresado de otras instituciones universitarias
	IS2	Frente a la formación recibida, considero que el valor del matrícula y arancel de mi carrera fue adecuado
	IS3	Mi profesión es adecuadamente valorada en el entorno académico
Imagen del egresado	IE1	He recomendado a la universidad a otras personas que quieren empezar sus estudios superiores
	IE2	He percibido que la universidad tiene una buena imagen ante la sociedad
	IE3	En mi experiencia laboral, he percibido la buena imagen que tiene la universidad ante la institución que me contrató

Fuente: Elaboración propia a partir de Gómez-Molina (2019)

La población de esta investigación estuvo compuesta por 114 titulados de la carrera de Ciencias Políticas y Administrativas de una universidad del Estado de Chile, los cual se habían titulado entre los años 2016 a 2020, a pesar de haber culminado sus estudios lectivos desde el año 2006 en adelante.

Se contactó a los titulados mediante tres métodos; mensajería instantánea, redes sociales y correos electrónicos.

La encuesta empezó a ser aplicada el 6 de junio de 2021 y terminó el 21 de junio de 2021, recibiendo 70 respuestas en total (tasa de respuesta de 61,4%). Se obtuvo un alto índice de confiabilidad del instrumento, a través del cálculo del alfa de Cronbach ($\alpha = 0,926$).

El análisis de datos incluyó un análisis inicial descriptivo y de frecuencias. Se evaluó la normalidad de la distribución de los datos por medio de la prueba Kolmogorov-Smirnov. Al realizar las pruebas de normalidad se concluyó que la distribución no es normal, por lo tanto, se utilizaron pruebas no paramétricas.

Para categorizar la satisfacción de los participantes del estudio, estos se dividieron en tres grupos (alta, media, baja). Se obtuvo la media aritmética (\bar{x}) y la desviación estándar de los puntajes (δ) con cuyos resultados se calcularon los puntos de corte $a = \bar{x} - 0,75 (\delta)$ y $b = \bar{x} + 0,75 (\delta)$. Con el objeto de contrastar hipótesis de diferencias de medianas entre diferentes grupos de titulados, se realizaron las pruebas de U de Mann-Whitney y Kruskal-Wallis para muestras independientes. Los datos fueron procesados utilizando el programa SPSS versión 25.

5. Satisfacción de titulados de una carrera en una universidad estatal: Resultados

Tal como puede observarse en la Tabla 2, el estudio determinó que el 93% de los encuestados tienen menos de 40 años, más de la mitad de los mismos es del género femenino y prácticamente el 30% habían egresado antes del año 2015.

Por otra parte, el mayor porcentaje de titulación se produjo en el año 2018 (con más del 40%); a su vez se detectó que un 74,3% se desempeñaba en el sector público y que casi el 80% se encontraba en la región de Los Lagos. En relación a las remuneraciones, alrededor del 70% declaró que obtenía rentas superiores a los \$800.000 (US\$1.057,3; tipo de

cambio del 01 de agosto del 2021). A su vez, prácticamente el 80% ejercía cargos profesionales o de jefatura. En cuanto a la relación contractual y sector laboral donde ejercían sus funciones, un 46,7% estaba contratado bajo la modalidad “honorarios” y un 45% trabajaba en gobiernos regionales o municipalidades.

Tabla 2
Perfil de los encuestados

Edad				
De 18 a 29 años	De 30 a 39 años	De 40 a 49 años	De 50 a 59 años	60 o más años
47,1%	45,7%	5,7%	0%	0%
Género				
Femenino			Masculino	
52,90%			47,10%	
Estado Civil				
Casado/a	Soltero/a	Viudo/a	En convivencia	Separado/a
8,6%	74,3%	0,0%	17,1%	0%
Año de Egreso				
2006 a 2008	2009 a 2011	2012 a 2014	2015 a 2017	2018 a 2020
8,60%	7,10%	12,90%	41,40%	30%
Año de titulación				
2016	2017	2018	2019	2020
10,30%	10,30%	41,20%	17,60%	20,60%
Sector de desempeño				
Sin empleo	Sector Privado	Independiente	Sector Público	
14,30%	7,10%	4,30%	74,30%	
Región				

Cont... Tabla 2

Región de Los Lagos	Región Metropolitana	Región de Los Ríos	Región de Antofagasta	Región de O'Higgins.	Región de Aysén
76,7%	8,3%	6,7%	3,3%	1,7%	1,7%
Nivel de Renta					
Menos de \$400.000/US\$478	Entre \$400.001 y \$800.000/ US\$0478,1 y US\$ 956	Entre \$800.001 y \$1.200.000 US\$856,1- US\$ 1.434	Entre \$1.200.001 y \$1.600.000/ US\$ 1.434,1- US\$ 1.910	Entre \$1.600.001 y \$2.000.000/ US\$ 1.910,1- US\$ 2.388	
3,3%	28,3%	33,3%	26,7%	8,3%	
Cargo en la Institución					
Jefatura	Profesional	Administrativo/a	Técnico/a	Investigador y Docente	Jefe de gabinete
8,5%	69,5%	16,9%	1,7%	1,7%	1,7%
Calidad Jurídica					
Planta	Contrata	Honorarios		Código del trabajo	
6,7%	26,7%	46,7%		20%	
Si está trabajando en el sector público, ¿En qué área está empleado actualmente?					
Ministerios		Servicios públicos		Gobiernos regionales y municipios	
6,1%		49,0%		44,9%	

Fuente: Elaboración propia, a partir de encuesta aplicada el 2021. Tipo de Cambio 30.11.2021 US\$ 1= \$837,6

En la tabla 3, se puede apreciar que los ítems con mayores promedios son: “He realizado aportes a la sociedad y/o lugar de trabajo que me han permitido sentir satisfacción personal” (3,86), y “La formación que recibí en mi carrera ha contribuido al desarrollo de mi proyecto de vida” (3,79). Ambos ítems son parte del constructo “Satisfacción Programa”.

Otra afirmación con alto puntaje es “Gracias a mi formación académica he podido realizar con eficiencia y calidad mis actividades laborales.”,

con un promedio de 3,7 del constructo “Pertinencia del Currículo”. Por otro lado, los ítems con menor promedio se encuentran en el constructo “Impacto en sociedad”. Las afirmaciones “Frente a la formación recibida, considero que el valor del matrícula y arancel de mi carrera fue adecuado” y “Siento que he tenido las mismas oportunidades laborales que un egresado de otras instituciones universitarias” son las de menor promedio con 2,89 y 2,93 respectivamente.

Tabla 3
Resultados por ítem

Constructo	Ítem	Media	Moda	Desviación Estándar
Pertinencia del currículo	PC1	3,7	4	1,232
	PC2	3,31	4	1,234
	PC3	3,31	4	1,198
	PC4	3,30	5	1,438
Satisfacción programa	SP1	3,79	4	1,062
	SP2	3,37	4	1,241
	SP3	3,36	4	1,372
	SP4	3,86	4	1,171
	SP5	3,36	4	1,308
Impacto en sociedad	IS1	2,93	3	1,243
	IS2	2,89	2	1,269
	IS3	3,13	4	1,166
Imagen del egresado	IE1	3,40	4	1,197
	IE2	2,93	3	1,012
	IE3	3,23	3	1,045

Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados, el 20% (14) se ubicaron en la categoría de “baja satisfacción”; el 61,4% (43) se encuentran en la categoría de “media satisfacción”, finalmente, la categoría de “alta satisfacción” tuvo un 18,6% (13) de los resultados.

Con objeto de explorar posibles diferencias en entre hombres y mujeres en este contexto, se llevó a cabo una prueba no paramétrica como es la U de Man-Whitney para muestras independientes, agrupando a los titulados por género. La significancia asintótica bilateral (desde ahora p Valor) obtenido fue 0,888, superando el nivel de significancia de 0,05, lo cual implica que se debe aceptar la hipótesis nula. Esto llevaría a concluir que no existe una

diferencia significativa estadísticamente hablando entre los grupos analizados, Ambos géneros tienen medianas similares.

Para diferenciar medianas entre más de dos grupos independientes se utilizó la prueba Kruskal-Wallis. Al aplicar la prueba de diferenciación de medianas a titulados de diferentes edades, el p Valor obtenido fue de 0,951 (p0,05), lo cual llevó a aceptar la hipótesis nula de que las medianas son iguales en al menos uno de los grupos analizados.

El p Valor obtenido luego de hacer la prueba de diferencia de medianas para los titulados agrupados por sector de desempeño: “sin empleo”, “sector privado”, “independiente” y “sector público” fue de 0,005 (p0,05), lo cual

implicó rechazar la hipótesis nula. Las medianas de satisfacción de dichos grupos de titulados son estadísticamente diferentes entre sí. La mediana de satisfacción de los titulados que trabajan en el sector público es mayor al de otros titulados y al de aquellos que se encuentran sin empleo.

Al comparar las medianas de la satisfacción entre los titulados egresados en diferentes años, se obtuvo un p Valor de 0,780 ($p > 0,05$) lo cual significa que se acepta la hipótesis nula; no encontrándose diferencias estadísticamente significativas en las medianas de satisfacción de los titulados agrupados por año de egreso.

Si se comparan las medianas de satisfacción de los titulados reunidos de acuerdo a la variable "calidad jurídica" se obtiene que $p > 0,05$ (0,259), lo cual lleva a conservar la hipótesis nula. Aunque los titulados con calidad jurídica "de planta" en su empleo gubernamental tienen una mediana mayor de satisfacción que los demás grupos (contrata, honorarios, código del trabajo), esta diferencia no es estadísticamente significativa. En lo que se refiere a los grupos de titulados "a contrata", "honorarios" y "código del trabajo", la diferencia de medianas es básicamente inexistente.

De los 60 titulados que tenían empleo al momento de ser encuestados, 52 se desempeñaban en el sector público; por esto, se realizó un análisis de diferencia de medianas para conocer si existe una relación o no entre la satisfacción y el lugar de trabajo de los mismos. El $p > 0,05$ (0,522), indica que no existía una diferencia significativa entre las medianas en los grupos de titulados analizados.

Por último, se eligió la variable "nivel de renta" como variable a analizar. En el caso de los intervalos de renta de

los titulados, se pudo observar que si existe una diferencia estadísticamente significativa. El valor que $p < 0,05$ (0,035), lo cual implicó rechazar la hipótesis nula. Los titulados con un nivel de renta menor a \$400.000 (US\$528,6) los que menor satisfacción tienen, mientras que los titulados con niveles de renta entre \$1.600.000 (US\$2.114,6) y \$2.000.000 (US\$2.643,2), tienen una gran satisfacción con la Universidad.

6. Conclusiones

En los últimos años, a las Instituciones de Educación Superior y en particular a la Universidades, se les ha exigido procesos de autoevaluación y acreditación y uno de los factores destacables es el seguimiento que la institución realiza a sus egresados. Los graduados, como resultado principal del proceso educativo, son una fuente relevante de retroalimentación para las Universidades debido a que brinda a dichas instituciones información respecto de la pertinencia de las carreras y currículos.

En este sentido, es importante destacar que el modelo propuesto por Gómez-Molina et al. (2019) permite medir adecuadamente la satisfacción de los titulados frente a la educación recibida. La satisfacción puede ser abordada en todas sus dimensiones y complejidades en el sector de educación superior.

Uno de los hallazgos más significativos a destacar de la presente investigación, dice relación con el alto porcentaje de titulados que expresaron un nivel de satisfacción medio- bajo. Los ítems con peor evaluación forman parte del constructo "Impacto en sociedad", (que dice relación con la percepción del egresado, respecto de la valoración por

parte de la sociedad de su respectiva carrera); en tanto, los ítems mejor evaluados corresponden al constructo "Satisfacción programa" (el cual hace referencia a la formación recibida y a las tareas que ha desempeñado como profesional).

Por otra parte, la prueba U de Mann-Whitney, evidenció que no existe diferencia estadísticamente significativa en la percepción de satisfacción de tituladas y titulados; no obstante, las pruebas de Kruskal-Wallis mostraron como resultado que los titulados que se desempeñaban en el sector público -que es el principal campo laboral del perfil de formación de los titulados de Ciencias Políticas y Administrativas- se sienten más satisfechos que aquellos titulados que ejercían cargos en el sector privado o que se encontraban desempleados.

También se identificó que los titulados muestran mayor satisfacción por el programa de pregrado cursado, si este les permite trabajar en un área acorde con el perfil y formación de su carrera. Lo mismo sucede al comparar a los titulados agrupados en diferentes niveles de renta; a mayores rentas más satisfacción. Ambos resultados son esperables.

Como la encuesta aplicada tuvo una baja tasa de respuesta, lo que dio como resultado una muestra pequeña y no probabilística, los resultados obtenidos en este estudio pueden no ser generalizables a otros programas y a otras universidades. Además, las evaluaciones efectuadas por los titulados de la carrera de Ciencias Políticas y Administrativas pueden diferir de las evaluaciones efectuadas por otros titulados en función del tipo de programa estudiado y de las características del estudiante que cursa dicho programa, sin embargo, proporcionan información

interesante que puede orientar los procesos decisionales de los directivos. Por ejemplo, ha quedado en evidencia la importancia de considerar el campo laboral en la oferta de programas académicos y las futuras rentas a obtener, en la satisfacción por parte de los titulados, lo que implica una constante revisión y reorientación de los planes de estudio y su pertinencia con el mercado laboral.

Con todo, este trabajo abre un camino investigativo tendiente a incrementar las muestras objeto de estudio, expandirlo a otras carreras tanto a nivel nacional como internacional; así como también, a la validación del modelo propuesto por los autores Gómez – Molina et al. (2019).

Referencias Bibliográficas

- Acosta, A. (2006). *Poder, gobernabilidad y cambio institucional en las universidades públicas en México 1990-2000*. Universidad de Guadalajara. <https://www.ses.unam.mx/curso2007/pdf/ACOSTA2006.pdf>
- Acosta-Silva, A., Ganga-Contreras, F. & Rama-Vitale, C. (2021). Gobernanza universitaria: enfoques y alcances conceptuales. *Revista Iberoamericana De Educación Superior*, 12(33), 3-17. <https://doi.org/10.22201/ijisue.20072872e.2021.33.854>
- Aldeanueva, I. (2013). Los grupos de interés en el ámbito de la responsabilidad social universitaria: un enfoque teórico. *Anuario jurídico y económico escorialense*, (46), 235-254. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4182231>
- Alteren, G., & Tudoran, A. A. (2019). Open-mindedness and adaptive business style: Competences that

- contribute to building relationships in dissimilar export markets. *International Marketing Review*, 36(3), 365–390. <https://doi.org/10.1108/IMR-08-2017-0142>
- Amaya Pingo, P. M., Felix Poicon, E. C. L., Rojas Vargas, S., & Diaz Tito, L. P. (2020). Gestión de la calidad: Un estudio desde sus principios. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(90), 632-647. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i90.32406>
- Amin, A., Anwar, S., Adnan, A., Nawaz, M., Alawfi, K., Hussain, A., & Huang, K. (2017). Customer churn prediction in the telecommunication sector using a rough set approach. *Neurocomputing*, 237(November 2016), 242–254. <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2016.12.00>
- Anderson, E. W., Fornell, C. & Lehmann, D. R. (1994): Customer satisfaction, market share and profitability: finding from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3) 53-66. <https://doi.org/10.2307/1252310>
- Araujo, R., Orellana, M., Cortéz, G., & Zambrano, J. (2020). Principios de Gestión de la Calidad en Estudios a Distancia de Universidades Privadas. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(3), 460-481. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33383>
- Avramkova, I., Anufrieva, S., Kamyanets, A., Kuznetsova, E. & Scherbakova, A. (2021). Monitoring studies of university graduates' satisfaction with the quality of education: the main approaches. *Política e Gestão Educacional*, 25(1), 638-652. <https://doi.org/10.22633/rpge.v25iesp.1.15004>
- Brunner, J., & Ganga-Contreras, F. (2016). Dinámicas de transformación en la educación superior latinoamericana: Desafíos para la gobernanza. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (80), 12-35. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31047691002.pdf>
- Casierra Párraga, C. M., Muñoz Rodríguez, A., Venegas Álvarez, G. S., Farfán Corrales, U. G., & Lemoine Quintero, F. Ángel. (2018). Nivel De Satisfacción de Egresados de la carrera de Ingeniería en Marketing de la Universidad "Eloy Alfaro" de Manabí Campus Bahía de Caráquez. *Didasc@lia: Didáctica y educación*, 9(4), 23–38.
- Cervantes López, M. J., Llanes Castillo, A., Peña Maldonado, A. A., & Cruz Casados, J. (2020). Quality of higher education institutions and graduate satisfaction at the Autonomous University of Tamaulipas. *Espirales Revista Multidisciplinaria De investigación*, 4(32), 15–24. <https://doi.org/10.31876/er.v4i32.711>
- Cinjarevic, M. Tatic, K. y Avdic, A. (2010). An integrated model of price, service quality, satisfaction and loyalty: An empirical research in the banking sector of Bosnia and Herzegovina. *Ekonomika Istrazivanja/Economic Research*, 23(4), 142-161. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2010.11517439>
- Cronin, J.J. & Taylor, S.A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension". *Journal of Marketing*, 56, 55-68. <https://doi.org/10.2307/1252296>
- Davras, Ö., & Caber, M. (2019). Analysis of hotel services by their symmetric and asymmetric effects on overall customer satisfaction: A comparison of market segments. *International Journal of Hospitality Management*, 81(May 2018), 83-93. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.003>
- Espinoza, O, González, L, & Loyola, J. (2018). Evaluación de la satisfacción de titulados de la carrera de

- psicología en Chile. *Innovación educativa (México, DF)*, 18(76), 171-192. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732018000100171&lng=es&tng=es.
- Espinoza, O., McGinn, N. (2018) Graduates' satisfaction as a measure of quality: Evidence from two programs in three Chilean universities. *International Journal of Educational Research*, 90,133-143. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2018.05.009>
- Feng, T., Wang, D., Lawton, A., & Luo, B. N. (2019). Customer orientation and firm performance: The joint moderating effects of ethical leadership and competitive intensity. *Journal of Business Research*, 100(February 2018), 111–121. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.021>
- Ganga-Contreras, F. & González-Gil, E. (2020). Tipología de las Universidades Colombianas y Características de su gobierno corporativo, una revisión desde sus estatutos, *Revista Fronteira*, 9(3). <https://doi.org/10.21664/2238-8869.2020v9i3.p220-238>
- Ganga-Contreras, F. & Maluk, S. (2017). Análisis descriptivo del gobierno universitario ecuatoriano: una mirada desde los cambios legislativos. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 19(2), 22-37. <https://doi.org/10.24320/redie.2017.19.2.866>
- Ganga-Contreras, F. Quiroz, J. & Fossatti, P. (2017) Análisis sincrónico de la gobernanza universitaria: una mirada teórica a los años sesenta y setenta. *Educação e Pesquisa*, 43(2) 553-568. <https://doi.org/10.1590/S1517-9702201608135289>
- Ganga-Contreras, F., Alarcón-Henríquez, N., & Pedraja-Rejas, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(4), 668-681. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000400668>
- Ganga-Contreras, F., Villagra-Rivera, O., & Navarrete-Andrade, E. (2015). Gestión de calidad: una sucinta mirada a acciones desarrolladas en un campus universitario. *Revista Reflexiones*, 94(2), 100-119. http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-28592015000200100&lng=en&tng=es.
- Gerdt, S. O., Wagner, E., & Schewe, G. (2019). The relationship between sustainability and customer satisfaction in hospitality: An explorative investigation using eWOM as a data source. *Tourism Management*, 74(December 2018), 155–172. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.02.010>
- Giese, J. & Cote, J. (2000). Defining Consumer Satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 2000(1), 1-24. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.195.6980&rep=rep1&type=pdf>
- Gines Mora, J. (2009) Gobernanza universitaria y emprendedurismo: un estudio empírico en: Fernandez Lamarra, N. (Comp.) *Universidad, Sociedad e Innovación. Una perspectiva Internacional*. Editado por EDUNTREF.
- Gómez-Molina, S., Palacios-Moya, L., Berrio-Calle, J. E., Gaviria-Zapata, S., Quiceno-Merino, L. M., & Figueroa-Álvarez, P. (2019). Modelo de satisfacción de egresados universitarios: un estudio de caso. *Revista*

- CEA, 5(10), 49-68. <https://doi.org/10.22430/24223182.1443>
- Grigorieva, E., Olegovna Kuznetsova, E., Vitaljevna Pushkareva, T., & I. Scherbakova, A. (2022). Satisfacción de los graduados universitarios con la calidad de la educación: aspectos específicos de los métodos de evaluación. *Apuntes Universitarios*, 12(2), 265–282. <https://doi.org/10.17162/au.v12i2.1050>
- Guerra, R. M., & Jaya, A. I. (2016). El papel de los *stakeholders* en la gestión de la calidad universitaria: el enfoque de la ISO 9001:2015. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. <https://www.umed.net/rev/caribe/2016/12/stakeholders.html>
- Hamzah, A. A. & Shamsudin, M. F. (2020). Why Customer Satisfaction Is Important To Business? *Journal of Undergraduate Social Science and Technology*, 1(1). <http://abrn.asia/ojs/index.php/JUSST/article/view/58>
- Hirata, E. (2019). Service characteristics and customer satisfaction in the container liner shipping industry. *Asian Journal of Shipping and Logistics*, 35(1), 24–29. <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2019.03.004>
<https://revistas.ult.edu/cu/index.php/didascalía/article/view/790>
- León, A. R. (2012). Los fines de la educación. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 8(23), 4-50. ISSN: 1856-1594. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70925416001>
- Limbu, Y. B., Jayachandran, C., Babin, B. J., & Peterson, R. T. (2016). Empathy, nonverbal immediacy, and salesperson performance: the mediating role of adaptive selling behavior. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 31(5), 654–667. <https://doi.org/10.1108/JBIM-03-2015-0048>
- Locatelli, R. (2018). *La educación como bien público y común: Reformular la gobernanza de la educación en un contexto cambiante*. Investigación y prospectiva en educación. Documentos de trabajo, 1-18. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000261614_spa?posInSet=5&queryId=03dead74-3a41-471a-acdf-297587a6dd83
- Lucero, M. (2018) *Medición de la Satisfacción del Servicio de atención al cliente (caso: Empresas de recreación)*. [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de México]. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/94727>
- [Mancilla, C., Abello-Romero, J. & Ganga-Contreras, F. \(2020\).](https://doi.org/10.1108/JBIM-03-2015-0048) Factores que influyen en la percepción de asimetría de información en los gobiernos corporativos universitarios. *Interciencia*, 45(8), 390-396. <https://www.redalyc.org/journal/339/33964324006/html/>
- Masip, J. (2018). Los grupos de interés y su importancia en la propuesta de valor de las empresas. *Boletín Económico de ICE*, 3096, 47-57. <http://www.revistasice.com/index.php/BICE/issue/view/596/BICE%203096%20febrero%202018>
- Mora, C. (2011). La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Consumidor. *Revista Brasileira de marketing*. 10(2), 146-162. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747525008>
- Munteanu, C., Ceobanu, C., Bobâlcă, C. and Anton, O. (2010). An analysis of customer satisfaction in a higher education context. *International Journal of Public Sector Management*, 23(2), 124-140. <https://doi.org/10.1108/09513551011022483>

- O'Dwyer, M., & Gilmore, A. (2018). Value and alliance capability and the formation of strategic alliances in SMEs: The impact of customer orientation and resource optimisation. *Journal of Business Research*, 87(September 2017), 58–68. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.02.020>
- Oliver, R.L. (1993). Cognitive, affective and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 418-430. <https://doi.org/10.1086/209358>
- Quispe, G. & Ayaviri, V. (2016). Medición de la satisfacción del cliente en organizaciones no lucrativas de cooperación al desarrollo. *Revista Empresarial*, 10(37), 27-35. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2016/11/15CA201601.pdf>
- Ramírez, M. J., Reséndiz, M., & Reséndiz, M. E. (2017). Metodología de seguimiento de egresados para fortalecer la vinculación de la universidad con la sociedad. *Revista Global de Negocios*, 5(3), 99-111. <https://ssrn.com/abstract=2914540>
- Razak, A.A, S. M., & Salem, M. (2019). The role of customer interactions towards customer satisfaction in theme parks experience. *Opción*, 34, 957-967. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/24330>
- Rippé, C. B., Weisfeld-Spolter, S., Yurova, Y., Hale, D., & Sussan, F. (2016). Guiding when the consumer is in control: the moderating effect of adaptive selling on the purchase intention of the multichannel consumer. *Journal of Consumer Marketing*, 33(6), 469–478. <https://doi.org/10.1108/JCM-09-2015-1546>
- Román, S., & Martín, P. J. (2014). Does the hierarchical position of the buyer make a difference? The influence of perceived adaptive selling on customer satisfaction and loyalty in a business-to-business context. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 29(5), 364–373. <https://doi.org/10.1108/JBIM-05-2012-0092>
- Romero Fernández, A., Álvarez Gómez, G. A. & Álvarez Gómez, S. (2018). Evaluación de la satisfacción del cliente en empresas de servicio. (Spanish). *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. 1-19. <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/843/1214>
- Rubio-Rodríguez, G. A., Flórez Guzmán, M. H., & Rodríguez Barrero, M. S. (2019). Satisfacción del cliente a los servicios crediticios ofertados por las cooperativas financieras del Tolima - Colombia. *Revista Venezolana De Gerencia*, 23(83), 621-633. <https://doi.org/10.37960/revista.v23i83.24493>
- Salas, R., Díaz, H. & Pérez, H. (2014). Evaluación y certificación de las competencias laborales en el Sistema Nacional de Salud en Cuba. *Educación Médica Superior*, 28(1), 50-64. <http://scielo.sld.cu/pdf/ems/v28n1/ems07114.pdf>
- Sánchez, M., Bernal, I. & Pedraza, M. (2015) El clima organizacional y su relación con la calidad de servicios públicos de salud; diseño de un modelo teórico. *Estudios Gerenciales*, 31(134). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21233043002>
- Schlesinger, W., Cervera A, & Pérez-Cabañero C. (2017) Sticking with your university: the importance of satisfaction, trust, image, and shared values, *Studies in Higher Education*, 42(12), 2178 -2194. <https://doi.org/10.1080/03075079.2015.1136613>
- Valenzuela Fernández, L. M., & Martínez

- Troncoso, C. A. (2015). Orientación al Cliente, Tecnologías de Información y Desempeño Organizacional: Caso empresa de consumo masivo en Chile. *Revista Venezolana De Gerencia*, 20(70). <https://doi.org/10.37960/revista.v20i70.19999>
- Westbrook, R. & Reilly, M. (1983). *Value-Percept Disparity: an Alternative to the Disconfirmation of Expectations Theory of Consumer Satisfaction*. *Advances in Consumer Research*, 10, 256-261. <https://www.acrwebsite.org/volumes/6120>
- Zeithalm, V., Berry, L., & Parasuraman, A. (1993) The nature and determinants of customer expectations of services. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), 1-12. <https://doi.org/10.1177/0092070393211001>