

NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO EDUCATIVO EN LOS ALUMNOS DE MERCADOTECNIA

Ruiz Camargo, Miriam Lucero (1), Larios Gómez, Emigdio (2)

¹ [Mercadotecnia, Universidad de Guanajuato] | Dirección de correo electrónico: [luceroiruizzc@gmail.com]

² [Departamento de Finanzas y Administración, División de Ciencias Sociales y Administrativas, Campus Celaya -Salvatierra, Universidad de Guanajuato] | Dirección de correo electrónico: [herr.larios@gmail.com]

RESUMEN

Actualmente se cuenta con información de cómo son evaluadas las instituciones por parte de alumnos, profesores y empleadores, estas "valuaciones" hacen posibles a los prestadores de servicios educativos reforzar aquellos aspectos que mejoran no solo su percepción ante el alumnado sino su competitividad estos en el sentido de: Calidad de instalaciones, de profesores, certificaciones, etc.

Debido a la visión 2020 que tiene la Universidad de Guanajuato es imperativo que sus alumnos además de trascender académicamente, se sientan satisfechos con los servicios ya que son los alumnos el reflejo de la institución, así como la primera referencia para el mercado potencial. Reconociendo la importancia del marketing como herramienta de apoyo para identificar las preferencias de los estudiantes esta investigación eligió precisamente a los alumnos de Mercadotecnia del Campus Celaya-Salvatierra Sede Sur como población de estudio.

ABSTRACT

Currently there is information on how the institutions are evaluated by students, teachers and employers, these "valuations" make possible for providers of educational services to strengthen those aspects that improve not only their perception of the students but also their competitiveness these in the sense of: quality of facilities, teachers, certifications, etc.

By the vision 2020 that the University of Guanajuato has as imperative that students well beyond academically are also satisfied with the services as they are the reflect of the institution and the first reference to the potential market. Recognizing the importance of marketing as a support tool to identify the preferences of students, in this research the students of Marketing Campus Celaya-Salvatierra Head South and study population were specially chosen.

Palabras Clave

Satisfacción, Percepción; Calidad educativa; Estudiantes; Encuesta.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad no solo el número de instituciones sino también la oferta académica de cada una ha crecido considerablemente. El ofrecer una educación de calidad a buen precio son aspectos que empiezan a quedar relevados cuando el término satisfacción aparece. Ya no solo se trata de otorgar las herramientas necesarias para ejercer una profesión sino también hacerlo de manera que el estudiante quede satisfecho no solo con la educación sino con todos los elementos que en esta intervienen: instalaciones, programa educativo, docentes, personal administrativo, equipos y mobiliario, etc.

El caso particular de la Licenciatura en Mercadotecnia del Campus Celaya-Salvatierra Sede Sur es el claro ejemplo de lo antes mencionado; teniendo como antecedente que desde el año 1993 el programa educativo no ha tenido actualizaciones y la demanda de la carrera ha disminuido; en contraste con las quejas de sus alumnos y exalumnos la cual se ha incrementado.

Para Serrano las instituciones de educación superior pueden ser vistas como sistemas complejos abiertos que funcionan dentro de las condiciones de contextos específicos en las sociedades concretas en donde interactúan una serie de procesos para dar como resultado un producto y/o un servicio. Estos procesos son el aprendizaje, la investigación y la cooperación técnica; y sus productos son bienes abstractos. Así mismo, existen dos grandes aspectos de las dimensiones de la calidad en la educación superior: las características al interior de las instituciones y aquellas condiciones que tienen que ver con la relación de dichas instituciones en su contexto y a su compromiso social, en donde se destaca la satisfacción de sus estudiantes. [1]

La satisfacción del estudiante es referida como elemento clave en la valoración de la calidad de la educación, se considera que uno de los indicadores más importantes para medir la calidad de la enseñanza tiene que ver con el grado de satisfacción de las personas involucradas en el proceso educativo. [2]

Por su parte, Gento hace referencia a Pérez y Alfaro quienes estiman que, si los estudiantes son los

destinatarios de la educación, son ellos los que mejor pueden valorarla y, aunque tienen una visión parcial, su opinión proporciona un referente que debe tenerse en cuenta. [3]

Objetivo de la investigación

Conocer el grado de satisfacción de los alumnos de la licenciatura en mercadotecnia del Campus Celaya-Salvatierra de la UG sede Sur en cuanto a Calidad de la Educación, Calidad de las instalaciones, Personal Docente y Personal administrativo.

Objetivo específico

Hacer de conocimiento a los departamentos administrativos y docentes del Campus Celaya-Salvatierra de la UG sobre el grado de satisfacción que tienen los alumnos de mercadotecnia, de esta manera se pretende que los resultados reflejen la percepción de los alumnos de uno de los 4 programas que se ofertan en la Sede Sur y con ellos se facilite la toma de decisiones y la creación de estrategias que coadyuven a mejorar su nivel de satisfacción, de crecimiento y vinculación con el mercado educativo.

Para ello la hipótesis de esta investigación se basó en el supuesto:

El grado de satisfacción de los alumnos de la licenciatura en Mercadotecnia respecto a las variables de: Calidad de la Educación, Calidad de las instalaciones, Personal Docente, Personal administrativo e Influencia es malo. Lo cual genera el bajo nivel de participación del alumnado y repercute en la vinculación con el mercado educativo y laboral.

MATERIALES Y MÉTODOS

El universo de este estudio estuvo compuesto por 293 estudiantes entre los 17 a 25 años, pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos, residentes en Celaya y sus localidades aledañas. Que se encuentran estudiando en la División de Ciencias Sociales y Administrativas del Campus Celaya-Salvatierra Sede Sur el programa educativo de Mercadotecnia. El tamaño de la muestra se determinó en base al software de Stadistick donde se usó un error del

.5% un nivel de confianza del 95% y usando un universo de 293 estudiantes. Lo cual nos da un total de 167 aplicaciones.

Se trató de una investigación mixta -exploratoria-concluyente-transversal. Mixta ya que se usa tanto método cualitativo como cuantitativo al hacer uso de estudios anteriores, el marco contextual y la aplicación de encuestas. Es de tipo exploratoria ya que el fenómeno a investigar es la satisfacción de los estudiantes. Así mismo se enfocó en un estudio de caso pues se sitúa en la época actual además de en una entidad específica, es decir, el Campus Celaya-Salvatierra de la Universidad de Guanajuato sede Sur en Celaya, Gto.

La ejecución se desarrolló de la siguiente manera:

A través del análisis de la literatura referente a índices de satisfacción y rankings aplicados a las universidades se determinó que los elementos a analizar serían: Calidad de la Educación, Calidad de las instalaciones, Personal Docente, Personal administrativo, Apoyo otorgado por la instancias educativas y orientación referente a becas, intercambios, salud, empleo, etc.

- *Instrumento*

El formulario propuesto recogió las necesidades de información en cuanto a la caracterización de los estudiantes y su satisfacción con el programa académico y con la Universidad.

El instrumento estuvo conformado por 21 preguntas, agrupadas en los siguientes módulos:

- Características sociodemográficas (tres preguntas)
- Nivel de satisfacción referente a las instalaciones (tres preguntas)
- Nivel de satisfacción referente a profesores (tres preguntas)
- Nivel de satisfacción referente a personal administrativo (dos preguntas)
- Nivel de satisfacción referente a la orientación e información sobre: becas, intercambios, salud, grados académicos, deportes y cultura (cinco preguntas).
- Nivel de satisfacción referente a programa educativo (cuatro preguntas)

- Una pregunta de respuesta breve sobre qué aspectos (de los evaluados) mejorarían.

En cuanto a la forma de medición de los resultados de las preguntas se usa la escala de Likert donde a diferencia de las preguntas dicotómicas con respuesta sí/no, se nos permite medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado con cualquier afirmación que se le propongan.

En este sentido, las categorías de respuesta sirvieron para capturar la intensidad de los sentimientos del encuestado hacia cada cuestionante.

- *Validación del instrumento*

Para la validación del instrumento propuesto se recurrió a la consulta de expertos en este caso los profesores Rafael Santoyo, Arlen Soria y Josefina Camargo y al pilotaje de 10 encuestas aplicadas a alumnos de otras licenciaturas para no predisponer a los sujetos de estudio.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tabla 1.-Distribución demográfica de los alumnos.

Celaya	110	De
Salvatierra	10	
Salamanca	17	
Villagrán	10	
Apaseo	8	
Otras	14	
Total	174	

acuerdo con esta tabla 63% de los encuestados son originarios de Celaya, mientras que solo el 37% proviene de otras ciudades.

Tabla 2.-Distribución del alumnado por año de ingreso a la UG

Sexo/Año ingreso	2011-2012	2013-2014	2015-2016	Total

Femenino	69	31	13	113
Masculino	32	20	9	61
Total	101	51	22	174

En cuanto a la distribución por género y año de ingreso 58% de los encuestados ingresaron entre el año 2011-2012.

TABLA 3.-Nivel de satisfacción general del alumnado respecto a su año de ingreso a la Universidad.

Satisfacción/Año	2011-2012	2013-2014	2015-2016	Total
Muy satisfecho	2	0	2	4
Satisfecho	11	11	5	27
Ni satisfecho ni insatisfecho	35	20	9	64
Insatisfecho	31	0	3	34
Muy insatisfecho	0	1	0	1

Respecto al grado de satisfacción presentado por los encuestados la mayoría se sitúa en un punto neutral. Esto no es de extrañarse ya que la mayoría de los encuestados considera que “El alumno jamás es tomado en cuenta” lo que veremos más adelante con la pregunta cierre del instrumento.

Sin embargo, los alumnos que ingresaron entre el año 2011-2012 son los que más insatisfechos se encuentran en contraste con los que ingresaron en los últimos años quienes basados en su percepción se encuentran “satisfechos”.

En segundo lugar, se tomó en cuenta las variables peor evaluadas por el alumnado: Disposición y

eficiencia del personal administrativo, la infraestructura del campus y la disposición y dominio del profesorado en sus materias. Mismas que se presentan a continuación.

Tabla 4.-Porcentaje de satisfacción respecto al Personal Administrativo.

Respecto al personal administrativo		
Satisfacción (%)	Atención	Eficiencia
Muy satisfecho	13%	11%
Satisfecho	30%	22%
Ni satisfecho ni insatisfecho	25%	22%
insatisfecho	17%	28%
Muy insatisfecho	15%	17%

Tabla 5.-Porcentaje de satisfacción respecto al Personal Docente

Respecto al Docente			
Satisfacción (%)	Disposición para atender al alumno	Dominio de materia	Experiencia en el campo
Muy satisfecho	10%	11%	21%
Satisfecho	24%	24%	20%
Ni satisfecho ni insatisfecho	21%	21%	29%
Insatisfecho	34%	34%	21%
Muy insatisfecho	10%	10%	10%

Tabla 6.-Porcentaje de satisfacción respecto a la infraestructura del Campus.

Satisfacción (%)	Infraestructura
Muy satisfecho	2%

Satisfecho	5%
Ni satisfecho ni insatisfecho	22%
Insatisfecho	57%
Muy insatisfecho	15%

Retomando la pregunta de cierre donde se invitó al encuestado a mencionar ¿Que elementos mejorarían el nivel de satisfacción del alumno del CCS Sede Sur? Las respuestas tienden a mencionar:

“Priorizar al alumno.”

“La colaboración, orientación, atención y tiempo de los superiores para el apoyo de las necesidades de los alumnos en general. Y sobre todo tener una respuesta.”

“Tomar en cuenta las opiniones de los alumnos”.

“La calidad y atención por parte del personal administrativo.”

“Disposición del personal y docentes.”

“Encontrar maestro capaz de transmitir su experiencia u orientación de forma clara y concreta.”

“Renovar el programa educativo de la licenciatura en mercadotecnia.”

“Invertir en más espacios de esparcimiento para los estudiantes.”

“Personal más capacitado, programas actuales.”

Dejando ver el descontento del alumno hacia la forma en que se toman las decisiones sin tomarlos en cuenta. Razones por la cual la apatía reina en los interiores de la institución.

CONCLUSIONES

Los alumnos sola razón de ser de la Universidad por ende todos los que laboran sin importar si se trata de docentes o administrativos deben procurar la calidad en el servicio y la enseñanza. Así mismo contar con espacios donde el alumno pueda desarrollarse, así como una adecuada actualización

de los programas educativos mejora la experiencia de le estudiante quien es el reflejo de su institución.

La SATISFACCION debe ser un elemento que lidere cualquier estrategia o proyecto a emprender por las autoridades educativas.

Un alumno satisfecho es un alumno que no solo se pone la camiseta de la institución y habla bien de ella, sino que además coadyuva al desarrollo de la misma y por ende al cumplimiento de sus obejtivos.

Si la Universidad quiere que en menos de 4 años su visión 2020 quede cumplida o al menos quede cerca debe esforzarse en lo que oferta no solo para el mercado potencial sino para el actual.

REFERENCIAS

- [1] Serrano, C. (2003). Gestión Estratégica de Calidad de la Formación en Instituciones de Educación Superior. [Documento en línea]. Disponible: http://www.ops-oms.org.ve/site/venezuela/docs/Gestion_Calidad_ES_UCV.doc [Consulta: 2016]
- [2] Zas. (2002). Evaluación de la satisfacción académica de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nayarit. [Documento en línea]. Disponible: <http://> [Consulta: 2016]
- [3] Gento, S. & Vovas, M. (2003). El SEUE: un instrumento para conocer la satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación. [Documento en línea]. Disponible: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2972060.pdf>. [Consultado: 2016]