

**Satisfacción de los estudiantes con su formación académica profesional en la carrera de administración de turismo y hotelería de una universidad peruana**

Morales Asencio, Patricia  
Urteaga Meléndez, Mercedes

**Satisfacción de los estudiantes con  
su formación académica profesional  
en la carrera de administración de  
turismo y hotelería de una universidad peruana**

---

Morales Asencio, Patricia  
Urteaga Meléndez, Mercedes

Este libro ha sido debidamente examinado y valorado en la modalidad doble par ciego con fin de garantizar la calidad científica del mismo.

© Publicaciones Editorial Grupo Compás  
Guayaquil - Ecuador  
compasacademico@icloud.com  
<https://repositorio.grupocompas.com>



Morales, P., Urteaga, M. (2024) Satisfacción de los estudiantes con su formación académica profesional en la carrera de administración de turismo y hotelería de una universidad peruana. Editorial Grupo Compás

© Morales Asencio, Patricia  
Urteaga Meléndez, Mercedes

**ISBN: 978-9942-33-846-4**

El copyright estimula la creatividad, defiende la diversidad en el ámbito de las ideas y el conocimiento, promueve la libre expresión y favorece una cultura viva. Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las sanciones en las leyes, la producción o almacenamiento total o parcial de la presente publicación, incluyendo el diseño de la portada, así como la transmisión de la misma por cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico, como químico, mecánico, óptico, de grabación o bien de fotocopia, sin la autorización de los titulares del copyright.

## **PRESENTACIÓN**

Vivimos tiempos convulsos, marcados por aceleradas transformaciones en el campo del conocimiento, la tecnología y el bienestar. Estos cambios no solo impactan a nivel individual, sino que también permean el desarrollo global, evidenciando las desigualdades y exclusiones que persisten en el marco de un planeta globalizado.

La educación, como uno de los grandes pilares del desarrollo, no es ajena a esta crisis. La necesidad de reinventar los modelos educativos para adaptarse a las exigencias globales y modernizantes es cada vez más urgente. Los desafíos actuales no se limitan a brindar servicios educativos; estos deben satisfacer las expectativas de quienes los reciben, ya que la calidad se manifiesta en términos de fidelidad, bienestar, rendimiento y credibilidad.

En este contexto, la presente investigación busca evaluar la satisfacción de los estudiantes con su formación académica en la carrera de Administración de Turismo y Hotelería. Sus resultados servirán como insumo clave para la toma de decisiones tanto en la gestión académica como en el diseño de programas de estudio, permitiendo comprender las expectativas de los "clientes internos" —nuestros estudiantes— y mejorando de manera sostenida los procesos formativos.

Este trabajo ha sido estructurado en capítulos, y aunque representa un avance significativo, se reconoce como un tema de guion abierto que puede y debe enriquecerse con nuevos enfoques, dimensiones y variables. El objetivo final es contribuir a una educación de mayor calidad, formando profesionales que respondan a las demandas del mundo actual, y establecer un precedente valioso en las investigaciones futuras.



## **RESUMEN**

Esta investigación aborda los efectos, tanto positivos como negativos, que los estudiantes perciben en su proceso de aprendizaje, identificando aquellos factores que consideran satisfactorios o insatisfactorios en su formación académica actual y en su proyección hacia el desempeño profesional futuro. Como centro de educación superior, la universidad tiene la responsabilidad de atender y comprender las necesidades y expectativas de sus estudiantes, sus "clientes internos", tal como lo haría cualquier organización sinérgica.

Una educación de calidad no solo satisface las aspiraciones de los educandos, sino que también genera oportunidades y bienestar para su progreso académico. Esta calidad se refleja en diversos aspectos, como las relaciones interpersonales, los servicios, la infraestructura, la tecnología, la pedagogía, y los métodos e innovaciones continuas y sostenibles.

Este estudio tiene como finalidad reconocer las áreas que requieren corrección o mejora, en un entorno cada vez más competitivo, caracterizado por la modernización constante, la virtualización y la complejidad del conocimiento, en un mercado turístico y hotelero en expansión.

# **CAPÍTULO I**

## **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. EL PROBLEMA:**

La Escuela de Administración de Turismo y Hotelería, siendo relativamente nueva, enfrenta diversos desafíos que, aunque no persistentes, han generado problemas significativos. Entre los principales factores de insatisfacción identificados en la mayoría del alumnado se encuentran: la calidad docente, la limitada modernización tecnológica (insuficiencia en cantidad y calidad de equipos), la falta de una identidad institucional consolidada, la gestión deficiente de las autoridades, y una percepción de que la atención, los servicios y la formación recibidos no justifican la inversión económica realizada por los estudiantes. Otros factores relevantes incluyen las formas de evaluación y la falta de rigurosidad disciplinaria por parte de los docentes.

Adicionalmente, se han detectado los siguientes problemas:

- a) El trato regular por parte de los trabajadores administrativos y docentes.
- b) Falta de profesionalismo y especialización en algunos docentes.
- c) Ausencia de laboratorios y escenarios adecuados para la carrera.
- d) Carencia de un Banco de Datos Turístico Regional.
- e) Una biblioteca con escasa actualización en temas de Hotelería y Turismo.
- f) Un currículo que difiere de las universidades competidoras de la región.
- g) Desajuste entre las demandas del mercado laboral local y algunos cursos impartidos.

#### **1.1.1. SELECCIÓN DEL PROBLEMA:**

El problema de la insatisfacción estudiantil con su formación profesional fue seleccionado considerando los siguientes criterios:

- a) Es el problema más recurrente entre los estudiantes.
- b) Existe acceso suficiente a información para su análisis.

- c) Afecta negativamente la imagen de la Institución.
- d) La orientación académica de la Escuela, en ocasiones, se desvincula del entorno regional y local, pese a que la región posee un enorme potencial turístico y recursos que ya están siendo promocionados a nivel regional y nacional.
- e) Muchos estudiantes migrantes eligen la carrera y la universidad con la expectativa de formarse como futuros empresarios turísticos en sus localidades.
- f) De no implementarse una pronta reingeniería interna, existe el riesgo de una fuerte migración de estudiantes hacia otras carreras o universidades e institutos locales.
- g) La resolución del problema de insatisfacción en la formación profesional puede servir de base para solucionar otros problemas que afectan a la Escuela, y crear un paradigma de mejora interna.
- h) Es el problema que representa el mayor porcentaje causal de los retos que enfrenta la Escuela.

### **1.1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

#### **A nivel internacional**

La satisfacción del cliente se ha convertido gradualmente en la principal fuente de ventaja competitiva sostenible (Abbas, 2020). La satisfacción del cliente se constituye como un aspecto de vital importancia para una gestión efectiva del mercadeo y más aún si la vinculamos al sector de educación universitaria; dado el rol vital que cumple en la dinamización de la economía de los países, al estimula la competencia en el mercado y especialización (Poudel, 2022).

Wong, (2023) nos indica como dimensiones que impactan directamente en la satisfacción de los estudiantes universitarios a la satisfacción con el programa, enseñanza de los profesores, institución, instalaciones del campus, apoyo brindado al estudiante, aprendizaje propio, experiencia universitaria general y vida como estudiante universitario en general; además, considera que los diferentes aspectos de la satisfacción de los estudiantes estaban asociados con tres formas diferentes

de interacción: estudiante-estudiante formal, estudiante-estudiante informal y estudiante-instructor. En ese contexto, Bell, (2022) resalta la importancia de buscar mecanismos de incremento en la satisfacción de los estudiantes de escuelas superiores, este se enfoca en la enseñanza, su investigación analiza los comportamientos durante el proceso de enseñanza y aprendizaje que parecían aumentar y disminuir los niveles de satisfacción. El estudio presentó nuevas perspectivas sobre la importancia fundamental que los estudiantes dan a las interacciones amables y respetuosas con el personal en el contexto de las relaciones de confianza. Los estudiantes enfatizaron especialmente el cuidado del personal, la accesibilidad, la empatía y la sensibilidad. La satisfacción de los estudiantes aumentaría con la capacitación del personal y las evaluaciones institucionales basadas en la pedagogía relacional.

Por otro lado, Bertaccini et al., (2021) sostienen que la medición de la calidad percibida y la satisfacción relacionada con la experiencia universitaria son de principal interés para evaluar la eficiencia y eficacia de los procesos de aprendizaje, el estudio revela variables latentes que contribuyen a determinar la calidad general de la experiencia universitaria, se categorizan en variables académicas y además, se ha demostrado que las intervenciones en la eficacia interna; es decir, la calidad del hardware y el software humano, benefician directamente a la universidad, mediante la lealtad del estudiante y a la sociedad, como parte de una eficacia externa.

Harvey (2022) manifiesta una creciente preocupación por la mala dirección de los procesos de retroalimentación de los estudiantes. En este sentido, la "retroalimentación" se refiere a las opiniones expresadas por los estudiantes sobre el servicio que reciben; esto puede incluir percepciones sobre el aprendizaje y la enseñanza, la organización del curso, el apoyo y el entorno de aprendizaje. El problema es que se asocia este hallazgo con la calidad del proceso de enseñanza aprendizaje que impacta en la satisfacción del estudiante. Alineado a lo expuesto, Işık, (2022) determinó las expectativas del sistema de educación superior para los estudiantes universitarios y en qué medida se cumplen estas expectativas. Los estudiantes esperan un sistema de educación superior que les permita acceder a su

trabajo soñado, planes de estudios y materiales basados en sus necesidades, profesores calificados, educación en lenguas extranjeras, libertad académica, un entorno democrático, igualdad de oportunidades en la educación, infraestructura, oportunidades socioculturales y físico-materiales, interacción internacional y oportunidades de formación y práctica orientadas a la práctica.

### **A nivel nacional**

La universidad peruana se ha visto señalada en los últimos tiempos por no responder a las expectativas y cambios de la post modernidad que han transfigurado el rostro de la educación superior: los procesos migratorios internos y externos, la masificación de la enseñanza; el boom de nuevas y emergentes universidades; la privatización no controlada de la enseñanza superior, el aumento y presencia de un mercado laboral a partir de la inversión transnacional, las financieras y las inmobiliarias verticales por el crecimiento de las ciudades como del avance de las tecnologías y sociedad del conocimiento.

López et al., (2023) busco determinar la relación de los factores sociodemográficos a la calidad del servicio educativo y satisfacción de los estudiantes universitarios, como conclusión se devela a la Calidad de Servicio como un factor de impacto positivo significativo en la Satisfacción con la Educación Virtual en Tiempos de Pandemia en el Perú en el año 2021 en forma positiva.

Tarazona et al., (2020) confirma la relación positiva significativa entre la satisfacción académica y las competencias: específicas genéricas y básicas, confrontado por el coeficiente Rho de Spearman cuyo valor fue  $r_s = 0,50$  con  $p \leq 0,000$ , siendo estadísticamente significativa, Se encontró una relación moderadamente significativa y estadísticamente significativa entre el desempeño docente y la satisfacción académica de los estudiantes universitarios. Esto demuestra que la satisfacción académica de los estudiantes aumenta con el desempeño docente.

Por otro lado, Parave et al., (2022) devela la relación existente entre la calidad de la formación docente y el grado de satisfacción de los estudiantes de la carrera profesional de Biología — Ciencias Naturales de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Y de demuestra una correlación significativa entre la confiabilidad, la capacidad de respuesta y la seguridad con la calidad de la formación docente de los estudiantes de esta carrera, lo que indica una correlación positiva media, que coinciden con factores no netamente académicos.

Valenzuela et al., (2022) destaca la importancia de la aplicación de estrategias didácticas y la satisfacción académica de los estudiantes. Las estrategias didácticas y la satisfacción académica de los estudiantes fueron las variables analizadas. El coeficiente de correlación es 0,900 y el nivel de significancia 0,00 menor a 0,05 indican una correlación positiva muy alta entre las variables de investigación. Se concluye que los estudiantes están satisfechos con las estrategias didácticas que emplean los maestros durante las clases de diferentes materias y el impacto de la variable independiente en la dependiente.

Finalmente, Canto (2021) diagnostica la satisfacción de los Estudiantes con relación a la calidad de los servicios, en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú, sustentado en el modelo de calidad de servicio Servqual. Los cuatro indicadores que miden la variable con una puntuación inferior a 1 en el Índice de Calidad de Servicio (ICS) muestran un nivel bajo de satisfacción de los estudiantes. Enseñanza y Aprovechamiento (Fiabilidad) se encuentra en -0,48, Gestión del Bienestar del Estudiante (Capacidad de Respuesta) se encuentra en -0,46, Gestión de la Infraestructura de Ambientes de Clase (Elementos Tangibles) se encuentra en -0,66, Habilidades Blandas (Empatía) se encuentra en -0,15, lo que resulta en un ICG de -0,74. Se ha llegado a la conclusión de que la Universidad objeto de estudio, como un sector que genera beneficios sociales, debe implementar estrategias para mejorar el ICS para cumplir con las expectativas de sus estudiantes y convertirse en un agente de cambio y competitivo.

Podemos decir que una Universidad moderna, emprendedora, empresarial no solamente en un ente de lucro, sino rentable económica, cultural y socialmente

ética, visionaria, cuyos procesos de reingeniería en su planificación estratégica y de marketing son inclusivas. Prevalece el valor del servicio otorgado y/o demandado por el cliente y este se siente compensado, importante, valorado por tanto está satisfecho, es fiel, siente realización en cuanto a su inversión.

### **1.1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **1.1.3.1. Formulación Proposicional del Problema**

El problema de la satisfacción de los estudiantes con su formación académica en la carrera de Administración de Turismo y Hotelería de una universidad peruana puede dividirse en tres partes principales, priorizadas de acuerdo a su relevancia.

##### **Primera parte del problema:**

A pesar de que uno de los objetivos fundamentales de la universidad es garantizar la calidad en la enseñanza mediante estrategias pedagógicas, que incluyen el uso de metodologías innovadoras, un currículo adecuado, la promoción de la investigación y el perfeccionamiento docente, en la práctica, alcanzar este objetivo se ve dificultado. Existen limitaciones no identificadas que obstaculizan el cumplimiento de estas metas. Como señala Meneses Villón (1998), el perfeccionamiento docente y metodológico es clave, pero su implementación enfrenta desafíos.

##### **Segunda parte del problema:**

Si bien la universidad ha adoptado tecnologías modernas como parte de su infraestructura educativa, la dotación tecnológica es insuficiente en cantidad y calidad para satisfacer plenamente las demandas académicas. Como asevera Bill Gates, citado por Meneses Villón (1998), "las herramientas tecnológicas amplifican el intelecto más que la fuerza física", siendo esenciales para el desarrollo académico. Sin embargo, la falta de dotación adecuada de estos recursos tecnológicos dificulta el logro de los

objetivos educativos, sin que se conozcan claramente las causas de esta deficiencia.

### **Tercera parte del problema:**

La calidad docente es crucial para la satisfacción de los estudiantes, y la Escuela tiene como objetivo contar con profesores competentes y especializados que posean las habilidades pedagógicas, éticas y profesionales que demanda el mercado actual. Sin embargo, hay una evidente carencia de docentes con la experiencia profesional y pedagógica necesaria, lo cual genera insatisfacción entre los estudiantes. Las causas de esta falencia en la dotación de personal docente no han sido plenamente determinadas. Según Parra (1981), los docentes deben estar preparados para afrontar los desafíos de la modernidad, pero en la realidad actual, esto no siempre se cumple.

### **1.1.3.2. Formulación Interrogativa del Problema**

El problema se puede formular mediante las siguientes preguntas:

#### **Primera parte del problema:**

- a) ¿Cuáles son los objetivos de la Universidad y de la Escuela relacionados con la satisfacción de los estudiantes en su formación profesional?
- b) ¿Qué estrategias de aprendizaje activo y significativo promueve la Escuela de Administración de Turismo y Hotelería?
- c) ¿Cuáles son las principales limitaciones que dificultan el logro de estos objetivos?
- d) ¿Qué causas subyacen detrás de estas limitaciones?

#### **Segunda parte del problema:**

- a) ¿Cuáles son los objetivos de la Universidad en cuanto a la implementación y actualización tecnológica para la Escuela de Administración de Turismo y Hotelería?

- b) ¿Qué normas o regulaciones no se están cumpliendo y que podrían estar contribuyendo a la deficiencia tecnológica?
- c) ¿Existen limitaciones específicas que estén obstaculizando estos objetivos?  
¿Cuáles son?
- d) ¿Cuáles son las causas de estas deficiencias tecnológicas?

**Tercera parte del problema:**

- a) ¿Cuáles son los objetivos de la Escuela para mejorar la satisfacción de los estudiantes con la calidad de los docentes en su formación profesional?
- b) ¿Cómo gestiona la Escuela la realidad operativa para lograr estos objetivos?
- c) ¿Existen carencias significativas en la dotación de docentes calificados?
- d) ¿Cuáles son las causas de estas carencias en el cuerpo docente?

Este problema puede ser formulado interrogativamente mediante las preguntas o cuestionamientos siguientes:

**Respecto a la primera parte del problema:**

- a) ¿Cuáles son los objetivos de la Universidad y de la Escuela relacionados con la satisfacción de los alumnos con la Formación Profesional?
- b) ¿Qué estrategias de aprendizaje significativo, activo asume y promueve la Escuela de Administración de Turismo y Hotelería?
- c) ¿Existen limitaciones reales que dificulten el logro de estos objetivos?  
¿Cuáles son?
- d) ¿Cuáles son las causas de estas limitaciones?

**Respecto a la segunda parte del problema:**

- a) ¿Cuáles son los objetivos de la Universidad en cuanto a dotación, implementación y actualización de tecnología acorde a los nuevos tiempos, a las demandas de la Escuela?

- b) ¿Qué normas o dispositivos se incumplen que no permiten superar esta deficiencia?
- c) ¿Existen deficiencias que dificultan estos objetivos? ¿Cuáles son?
- d) ¿Cuáles son las causas de esas deficiencias?

**Respecto a la tercera parte del problema:**

- a) ¿Cuáles son los objetivos que ha propuesto la Escuela para la satisfacción de los alumnos con la Formación Profesional?
- b) ¿Cómo maneja la Escuela esta realidad operativa para lograr sus objetivos?
- c) ¿Existen carencias para lograr estos objetivos?
- d) ¿Cuáles son las causas de estas carencias?

**1.1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:**

Monitorear y evaluar los niveles de satisfacción de los estudiantes, considerados como clientes internos en el contexto educativo, es un principio clave desde el marketing para garantizar la sostenibilidad, prevalencia y crecimiento de una institución de educación superior. Esta medición es un termómetro esencial para identificar áreas de mejora, fidelizar a los estudiantes y garantizar que la oferta educativa cumpla con sus expectativas y necesidades.

Este tema de investigación resulta vital e indispensable tanto para la universidad como para la Escuela de Administración de Turismo y Hotelería, ya que los resultados permitirán comprender mejor las percepciones de los estudiantes, tomar decisiones informadas, y reestructurar o rediseñar procesos desde una planificación estratégica que se alinee más estrechamente con las exigencias del entorno. De esta manera, se abordarán de forma eficaz los desafíos que podrían estar debilitando la modernización y la calidad educativa, así como la imagen institucional y la identidad de los estudiantes. El estudio contribuirá al fortalecimiento del consorcio educativo, consolidándolo como el principal referente en la educación superior en la costa norte del Perú.

Además, este trabajo tiene un impacto más amplio, ya que abre la puerta a que otras Facultades y Escuelas dentro de la universidad realicen investigaciones similares, fomentando una mejora continua como parte de un sistema integrado de educación superior. Los resultados no solo servirán como un valioso recurso bibliográfico, sino que también constituirán una base de datos sobre el tema, útil para que entidades públicas y privadas, tanto locales como regionales, puedan continuar esta labor diagnóstica. Esto ayudará a identificar y superar las tendencias que afectan negativamente a la educación superior, permitiendo actuar de manera proactiva con una reingeniería sostenible.

Finalmente, esta investigación se presenta como un guion abierto, susceptible de ser enriquecido y ampliado con nuevos enfoques y dimensiones, adaptándose a los cambios futuros y a los desafíos emergentes en el ámbito educativo.

## **1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Analizar la satisfacción de los estudiantes con su formación profesional en la Escuela de Administración de Turismo y Hotelería de una universidad peruana, dentro de un marco teórico que integre conceptos clave sobre la satisfacción estudiantil y las bases pedagógicas. Este análisis cuantitativo permitirá identificar el grado de satisfacción y las posibles causas de insatisfacción, con el fin de proponer recomendaciones que contribuyan a mejorar y fortalecer la calidad de la formación profesional en esta escuela.

### **1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Para alcanzar el objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos:

a) Compilar, seleccionar e interpretar planteamientos teóricos relacionados con la satisfacción de los estudiantes en su formación profesional en la Escuela de

Administración de Turismo y Hotelería. Esto incluye conceptos fundamentales sobre satisfacción del cliente, calidad educativa y principios pedagógicos, los cuales se presentarán como marco referencial para el análisis.

b) Identificar y evaluar el nivel de satisfacción de los estudiantes con su formación profesional, considerando variables como las estrategias de aprendizaje, técnicas metodológicas, investigación, evaluación, uso de tecnología y desempeño docente especializado.

c) Comparar, a través de un cuantitativo, los resultados obtenidos en cada variable de satisfacción con las expectativas planteadas en el marco referencial.

d) Identificar las causas de las limitaciones, deficiencias y carencias que afectan la satisfacción de los estudiantes en su formación profesional.

e) Proponer recomendaciones orientadas a mejorar y elevar el nivel de satisfacción de los estudiantes en la Escuela de Administración de Turismo y Hotelería, abordando las limitaciones, corrigiendo deficiencias y cubriendo carencias identificadas en el proceso.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **La satisfacción del cliente**

Con el crecimiento de la competitividad y medios de comunicación que desbordan los canales de contacto con los clientes, la satisfacción del cliente se ha convertido gradualmente en la principal fuente de ventaja competitiva sostenible, en el mundo de los negocios (Abbas, 2020). La satisfacción del cliente se constituye como un aspecto importante del negocio, ya que el crecimiento de una empresa depende en gran medida de lo bien que mantiene a sus clientes a través del servicio (Zygiaris et al, 2022).

En ese contexto, la Satisfacción de Cliente (SC) ha sido estudiada desde distintos enfoques, por múltiples autores, encontramos comunalidad al considerarse como un juicio sobre un producto y/o servicio, expresado en un nivel placentero de satisfacción relacionada con el consumo (Méndez-Aparicio et al., 2020), incluso contempla los niveles de satisfacción deficientes o excesivos; en ese sentido, la conceptualización refiere evaluación posterior a la compra en contraste con las expectativas de recompra (Mittal et al., 2023). Es importante recalcar que el juicio de valor o evaluación se da en torno a la experiencia vivida y todo lo que el cliente relacione con la adquisición del producto y/o servicio. Es decir, la SC se refiere al nivel de cumplimiento de las expectativas y percepciones que los consumidores tienen después de interactuar con un producto o servicio. Es el resultado de comparar la experiencia real con lo que se esperaba previamente, y está estrechamente relacionada con la calidad percibida del servicio y el valor percibido (Becker y Jaakkola, 2020) y deviene del perfil del cliente de cada organización. La satisfacción del cliente puede llevar a la lealtad y al boca a boca positivo (Zygiaris et al., 2022), siendo un factor clave para la retención y el éxito financiero de las empresas. La calidad del servicio, la personalización, y la innovación son algunos de los principales determinantes que influyen en este concepto. Además, investigaciones recientes destacan que la satisfacción varía según factores culturales y del tipo de mercado, mostrando diferencias significativas entre entornos B2B y

B2C (Mofokeng, 2021). La satisfacción de los clientes es fundamental para las empresas; dado que, tiene un impacto significativo en su éxito a largo plazo. La calidad del servicio está relacionada con la satisfacción del cliente, lo que aumenta la lealtad del cliente y, por lo tanto, la rentabilidad empresarial. De acuerdo con Bambauer-Sachse y Helbling (2021) un nivel elevado de SC en los servicios empresariales aumenta significativamente la retención de clientes, lo que tiene un impacto en la sostenibilidad competitiva. Además, Bascur y Rusu (2020) señalan que el análisis de la experiencia del cliente y la satisfacción permiten a las empresas adaptar sus productos y servicios para mejorar la experiencia general del cliente y mantenerse competitivas. Mediar y mejorar estos indicadores ayuda a las empresas a anticipar cambios en el cliente e incrementa sus posibilidades de perdurabilidad a largo plazo y capacidad de gestionarse con éxito en sectores con alto componente de innovación.

### **El sector de educación universitaria:**

El sector de educación universitaria desempeña un papel fundamental en la dinamización de la economía de los países, queda evidenciada la relación positiva y significativa entre el crecimiento de un país y la evolución de la educación universitaria que este promueve (Álvarez et al., 2019). La Educación Universitaria estimula la competencia en el mercado y tiene un impacto en la calidad de vida de los consumidores y sus comunidades; se destaca la importancia de promover la educación universitaria en los países y fomentar la continuidad de los estudiantes hasta el final de sus carreras. (Poudel, 2022).

Según Álvarez et al., 2019, revela en su estudio que es imperativo asegurar la continuidad de los estudiantes universitarios y esto depende, entre otras variables, en la capacidad de sentirse bien y la percepción de estar satisfechos con la experiencia brindada. El sector universitario juega un papel importante en el desarrollo económico y social de una nación al fomentar la creación de capital humano especializado, el aumento de la innovación y el fortalecimiento de la competitividad en los mercados globales. De acuerdo con Hanushek y Woessmann (2020), la educación superior produce personas altamente calificadas que mejoran la productividad en diversas industrias, lo que explica por qué hay una correlación

positiva entre la educación superior y el crecimiento económico. Además, según Guzmán et al., (2021), la inversión en educación universitaria genera beneficios sociales, como la reducción de la pobreza y la mejora de la calidad de vida. El sector universitario es fundamental para el desarrollo económico, social y cultural de una nación, ya que fomenta la innovación, la investigación y el capital humano calificado. Las universidades no solo preparan a los estudiantes para integrarse en el mercado laboral, sino que también promueven el pensamiento crítico y la capacidad de resolver problemas complejos, necesarios en una economía globalizada. Además, el sector universitario es clave para impulsar el progreso tecnológico y científico, al generar conocimiento nuevo a través de investigaciones avanzadas.

### **La satisfacción de cliente en estudiantes universitarios:**

El concepto de satisfacción de los estudiantes universitarios es complejo e incluye factores académicos y no académicos. Estos constructos son fundamentales para el éxito tanto institucional como el impacto en los clientes, su continuidad, retención, desempeño y motivación.

El grado en que los servicios y la experiencia educativa de la universidad cumplen con las expectativas de los estudiantes se conoce como satisfacción de los estudiantes. Muchos factores, como la calidad de la enseñanza, los recursos de apoyo académico, las instalaciones y el entorno social, influyen en la satisfacción académica (Hanushek y Woessmann, 2020). Podríamos profundizar y definir a la SC en estudiantes universitarios como la percepción positiva que los alumnos tienen de su experiencia académica y social dentro de la institución educativa. Esta percepción está influenciada por diversos factores, como la calidad de la enseñanza, el apoyo académico, el ambiente institucional y las relaciones interpersonales. Otros autores señalan que la satisfacción de los estudiantes universitarios se corresponde con la integración académica y social del estudiante en su entorno universitario. Además, se consigna que un ambiente de aprendizaje que responda a las expectativas de los estudiantes es crucial para mantener altos niveles de satisfacción,

lo cual, a su vez, se vincula con la retención y el éxito académico (Cahyono et al., 2020; Denton, 2020).

### **Factores que influyen en la satisfacción de los estudiantes Universitarios:**

Diversos estudios han señalado que la satisfacción de los estudiantes depende tanto de factores académicos como no académicos.

Los factores académicos incluyen la calidad de los profesores, la medida en la que demuestran conocimiento sobre la asignatura que dictan y la eficacia con la que logran se concrete el proceso de enseñanza – aprendizaje, además se subraya la importancia del ambiente de aprendizaje, donde las instalaciones y los recursos tecnológicos juegan un papel crucial en la percepción positiva de los estudiantes las herramientas tecnológicas que acompañan la experiencia de aprendizaje y los métodos de enseñanza (Bell, 2022). Asimismo, Martínez-Jiménez y Ruiz-Jiménez, (2020) destacan que la calidad de la interacción entre profesores y estudiantes, así como el apoyo académico brindado, son determinantes clave para mejorar la satisfacción estudiantil

Entre los factores no académicos se encuentran la calidad de las instalaciones, los servicios de apoyo (como consejería y salud mental), y la vida social en el campus, la facilidad de adaptación para los estudiantes y la validación de la vivencia de una experiencia integral (Wong, 2023). El clima social, la integración dentro de la comunidad educativa y el apoyo emocional son elementos fundamentales para mejorar la satisfacción y reducir la deserción. Finalmente, Bastidas (2019) afirma que el currículo debe estar diseñado en función de las realidades de las demandas de la sociedad globalizada, a la vez, Valero y Bullón (2021) manifiestan que las experiencias extracurriculares y la flexibilidad curricular también son factores críticos que influyen en la satisfacción global del estudiante. Por ello es importante la participación de los estudiantes en actividades extracurriculares porque favorecen en el desempeño académico en diversas áreas de estudio (Suárez et al., 2016).

### **La calidad en la satisfacción de estudiantes universitarios:**

Un factor crucial que influye directamente en la satisfacción de los estudiantes es la calidad académica en el ámbito universitario, que determina la percepción del valor de la educación que reciben y su éxito a largo plazo. Este constructo se compone de varios factores, como las habilidades de los maestros, la validez de los planes de estudio, el apoyo institucional, los recursos tecnológicos y las oportunidades de crecimiento personal y profesional (Sayaf et al., 2021). La calidad a su vez está compuesta de vectores, incluida la metodología de enseñanza. Al fomentar una enseñanza participativa, activa y adaptada a las necesidades de los estudiantes, una metodología bien planificada es esencial para mejorar la percepción de la calidad educativa. Según Efendi et al. (2022), la interacción entre maestros y estudiantes, facilitada por una metodología dinámica, tiene un impacto significativo en la satisfacción de los estudiantes. La enseñanza basada en métodos activos, como el aprendizaje basado en proyectos, es especialmente efectiva para aumentar el compromiso de los estudiantes y su percepción de una educación de alta calidad. (Odutayo et al., 2024).

Por otro lado, el uso de tecnologías educativas modernas y la flexibilidad metodológica son esenciales para cumplir con las expectativas de los estudiantes actuales, señalan que la incorporación de recursos tecnológicos, como plataformas de aprendizaje virtual, permite a los estudiantes acceder a contenidos de manera flexible y personalizada, lo que aumenta su satisfacción con la experiencia académica. Además, según las metodologías que fomentan un enfoque integral, es decir, que combinan el aprendizaje teórico con el práctico, aumentan la percepción de calidad en los estudiantes, ya que los preparan mejor para el entorno profesional (Valenzuela et al., 2022).

### **La satisfacción de estudiantes Universitarios y su impacto:**

Se ha encontrado una correlación positiva entre la satisfacción de los estudiantes y su desempeño académico. Los estudiantes que se sienten satisfechos con su experiencia universitaria son más comprometidos y autosuficientes, lo que a su vez conduce a mejores resultados académicos. Mantener altos niveles de satisfacción y, por lo tanto, un alto rendimiento académico depende del apoyo institucional, que incluye acceso a recursos y tutorías personalizadas (Kanwar y Sanjeeva, 2022).

La satisfacción de los estudiantes está estrechamente relacionada con la retención estudiantil, especialmente en términos de la calidad de la enseñanza y el entorno académico. Las tasas de deserción son más bajas en las universidades que logran mantener altos niveles de satisfacción. Esto se debe a que los estudiantes felices suelen ser más leales a su institución y más dispuestos a seguir estudiando allí (Borishade et al., 2021).

Las universidades pueden satisfacer a sus estudiantes de varias maneras, las más efectivas incluyen la promoción de actividades extracurriculares, la mejora de los programas de apoyo académico y la implementación de tecnologías de aprendizaje que mejoren la experiencia educativa. Para adaptar sus servicios a las necesidades cambiantes de la comunidad estudiantil, las universidades deben recopilar y analizar periódicamente las opiniones de los estudiantes a través de encuestas (Wong, 2023).

Finalmente, La satisfacción de los estudiantes universitarios es un factor clave tanto para el éxito académico de los estudiantes como para el éxito institucional de las universidades. Mejorar la experiencia académica y no académica es esencial para mantener altos niveles de satisfacción, lo cual repercute directamente en la retención estudiantil y el rendimiento académico.

## CAPITULO III

### MARCO METODOLÓGICO

## 2. HIPÓTESIS

### 2.1. HIPÓTESIS GLOBAL

La satisfacción de los alumnos con la formación profesional en la Escuela de Administración de Turismo y Hotelería, se ve afectada por limitaciones, deficiencias y carencias toda vez que por desconocimiento o no aplicabilidad de algunos planteamientos teóricos, especialmente Conceptos Básicos, Principios Pedagógicos, falta de tecnología de última generación, docentes especialistas, técnicas metodológicas, Principios de Satisfacción y Calidad se ha incurrido al incumplimiento de estos.

### 2.2. SUB-HIPÓTESIS:

#### **Sub-hipótesis a:**

Dado a que no existe la supervisión y monitoreo de las estrategias de aprendizaje adecuadas a las metodologías activas sea por desconocimiento o no respeto a su aplicabilidad de algunos de los principios pedagógicos, se ve limitaciones que conducen a la insatisfacción de los alumnos con su formación académico profesional.

**Formula:**  $-X_1; -A_2; -B_2; -B_3$

#### **Sub-hipótesis b:**

La disponibilidad de acceso y actualización a cantidad y calidad de recursos tecnológicos de última generación dificulta el desempeño eficiente en cuanto a conocimiento lo que genera insatisfacción en los alumnos por tales deficiencias.

**Fórmula:**  $-X_2; -A_3; X_3$

### **Sub-hipótesis c:**

Existen incumplimientos en el proceso de selección de docentes idóneos especialistas y profesionales en la Escuela no respetando así las disposiciones de la universidad generando carencia de un recurso altamente calificado que coadyuve a la satisfacción del alumno con su formación académico profesional de calidad.

**Fórmula:  $-X_3; -A_1; -A_4; B_4$**

## **2.3. VARIABLES**

### **2.3.1. Identificación de Variables**

Para la comparación, cruces y contrastación de los datos obtenidos e información seleccionada, se requerirá el manejo de las siguientes variables:

#### **A = VARIABLES DE LA REALIDAD**

A<sub>1</sub> Docentes con experiencia profesional, especialistas.

A<sub>2</sub> Técnicas metodológicas de aprendizaje más utilizadas.

A<sub>3</sub> Tecnología de última generación.

A<sub>4</sub> Proceso de Selección de Personal Docente.

#### **B = VARIABLES DEL MARCO REFERENCIAL**

B<sub>1</sub> Conceptos Básicos.

B<sub>2</sub> Principios de satisfacción del cliente.

B<sub>3</sub> Principios pedagógicos.

B<sub>4</sub> Disposiciones de la Universidad.

#### **X = VARIABLES DEL PROBLEMA**

X<sub>1</sub> Limitaciones

X<sub>2</sub> Deficiencias

X<sub>3</sub> Carencias

### **2.3.2. Definición de las Variables**

#### **A1 = Docentes con experiencia profesional**

Pertenecen al dominio de esta variable, todos los datos, perfil, atribuciones, responsabilidades que expliciten la idoneidad que conlleva al elemento clave del proceso enseñanza aprendizaje **“el docente en educación superior, a diferencia de otros profesores es o debería ser un profesional de partida doble: profesional de su disciplina o área del conocimiento y profesional de enseñanza de su profesión...”** opinaba Lemaitre (1997). Es decir, un docente competente está actualizado, es ético, asequible a los cambios de la profesión, visionario de la realidad circundante, es hábil, intuitivo, es profesional con experiencia laboral, es pedagogo, es especialista en materias específicas de su conocimiento.

#### **A2 = Técnicas metodológicas más usadas**

Pertenecen al dominio de esta variable todos los datos que explicitan ... **“que el docente tenga en cuenta los distintos estilos cognitivos y que maneje desde el cultivo de actitudes, habilidades y destrezas los diversos instrumentos y medios didácticos de corte constructivista que le permitan cumplir con el nuevo rol que exige la educación del Siglo XXI, donde los alumnos aprendan a aprender por su propia cuenta y no bajo estímulos rígidos, desmotivantes, verbales o escritos, frontales...”** según Meneses Villón (1998). Ello permite dejar el modelo tradicional de enseñante.

### **A3 = Tecnología**

Pertenece al dominio de esta variable, todos los datos que en común tiene **“el impacto de nuevas tecnologías se ha impuesto... ellas vienen produciendo brechas muy diferenciadas en el campo de la educación, cumpliendo no sólo un principio socializador, sino que desarrollan la creatividad, y el pensamiento crítico, conectan con el mundo al día de manera virtual, son una gran fuente de conexión de carácter planetario, su uso es vital para la producción de ideas...”** aportaba Manrique (1997). Las tecnologías promueven la construcción del conocimiento y el desarrollo de destrezas necesarias para la participación productiva e inteligente de los alumnos.

### **A4 = Normas de procedimientos de selección de docentes**

Pertenecen al dominio de esta variable, todos los datos que en común tienen el atributo de explicitar ... **“las normas, reglas o condiciones escritas que sirven como instrumentos orientadores como: Reglamentos Internos; Plan Anual de la Institución; Manual de Organización y Funciones; Reglamento de Administración; Plan Operativo y Proyecto de Desarrollo Institucional”**, de acuerdo a Sovero (2012).

### **B1= Conceptos Básicos**

Pertenecen al dominio de esta variable, todos los datos que en común tienen la característica de explicar ... **“un conjunto de definiciones generales, específicas, inferidas o proyectadas que dan una idea, noción, representación básica de algo real o abstracto...”** argumenta Caballero (2000). Entre ellos está aprendizaje, calidad, competitividad, cliente.

## **B2 = Principios de satisfacción del cliente.**

Pertenecen al dominio de esta variable, todos los atributos que están relacionados con: ... **“el cliente es el que manda, por tanto, hay que dar, brindar, servirle como merece, esperando sobrepasar sus demandas, necesidades y aspiraciones, de esa forma podrá sentirse satisfecho, con bienestar...”**. Entre esos principios están algún **Drummond (2001)**:

- a) **Fiabilidad** El personal se atiene a las normas, cumple las promesas y consigue que las cosas salgan bien a la primera.
- b) **Credibilidad**: El cliente piensa que puede confiar en el personal y que todos se cuidarán de atenderle.
- c) **Competencia** El personal tiene los conocimientos, méritos y experiencia que se necesitan para prestar el servicio tal como lo espera el cliente.
- d) **Comunicación**: El personal informa y orienta a los clientes con lenguaje claro y educado.
- e) **Sensibilidad** Se responde con prontitud, disfruta prestando el servicio y demuestra un sincero deseo de agradar.

## **B3 Principios Pedagógicos**

Pertenecen al dominio de esta variable toda la información que en común permita entender que ... **“es un marco proyectivo, prospectivo que admite dinamicidad, cambios desde una lógica teórica entendida dentro de los paradigmas de la educación nueva”** según **Meneses Villón (1998)**.

## **B4 Disposiciones de la Universidad**

Pertenecen a este grupo todo dato informativo de la universidad que explicita ... **“cumplimiento normativo - operativo emitido --- bajo cualquier modalidad oficial”** según el Reglamento Docente.

### **X1 = Limitaciones**

Pertenecen al dominio de esta variable todo lo que permita explicar que es una ... **valla, impedimento transitorio que no permite logros satisfactorios.**

### **X2 = Deficiencias**

Pertenecen al dominio de esta variable todo dato que exprese ...**poca atención en hacerlo bien, insuficiencia, dificultad en el logro educativo; escaso esfuerzo, dotación.**

### **X3 = Carencias**

Pertenecen al dominio de esta variable todo dato que explicita que ...**falta algo, falencias, pocos recursos, incompetividad, ausencia o escasa calidad en el quehacer.**

### 2.3.3. Clasificación de las variables por la relación causal, cantidad y jerarquía.

VARIABLE	CLASIFICACIÓN							
	POR LA RELACIÓN CAUSAL	POR LA CANTIDAD	POR LA JERARQUÍA					
			4 T	3 M	2	1 P	0 N	
<b><u>A = De la realidad</u></b>								
A1: Docentes con experiencia profesional.	Interviniente	Cantidad discreta	-	-	-	-	-	
A2: Técnicas metodológicas más usadas.	Interviniente	Cualitativa	TA	MA	A	PA	NA	
A3: Tecnología	Interviniente	Cantidad discreta	-	-	-	-	-	
A4: Normas de procedimientos de selección de Docentes.		Cualitativa	TE	ME	E	PE	NE	

#### **LEYENDA:**

**T = Totalmente**

**M = Muy**

**P = Poco**

**N = Nada**

**E = Eficiente**

**A = Aplicable**

**C = Cumplidos**

**Pa= Positivo Académico**

### 2.3.4. El Universo de la Investigación

El universo de la presente investigación comprende las **VARIABLES DE LA REALIDAD:** docentes con experiencia profesional, normas de procedimiento de selección de docentes, técnicas metodológicas más usadas y tecnología, **VARIABLES DEL MARCO REFERENCIAL:** conceptos básicos, principios de satisfacción del cliente, principios pedagógicos y disposiciones de la Universidad; **VARIABLES DEL PROBLEMA:** limitaciones, deficiencias y carencias.

### **2.3.5. Selección de Técnicas, Instrumentos e Informantes o Fuentes.**

De acuerdo a las variables que se entrecruzan con las fórmulas de las sub-hipótesis, se recurrirá a aplicar las siguientes técnicas, instrumentos e informantes:

**a) Técnica del análisis documental:** ubicando, compilando y seleccionando libros especializados en educación, marketing, planificación estratégica y empresas modernas Rastreo en la web: Reglamento Docente, Plan Operativo, Normas de la Escuela. Currículo, documentos que servirán para consolidar los datos encontrados como para inferir, relacionar, contrastar resultados. Sobre estrategias de aprendizaje en la Formación Profesional de los alumnos.

**b) Aplicación de Cuestionario:** que permitirá medir cuantitativamente la satisfacción de los alumnos respecto a acceso y actualización tecnológica, formas de aprendizaje, competencia de los docentes, calidad de los servicios ofertados.

### **2.3.6. Muestra**

Nuestros informantes lo han constituido los docentes y alumnos de la Escuela de Administración de Turismo y Hotelería. La muestra se ha tomado de la siguiente manera.

- **Docentes**

Ha tenido carácter registral censal: 27 profesores (entre cursos de línea y de Formación General).

Varones: 11

Mujeres 16

Contratación:

Varones: 01 Tiempo completo  
10 Tiempo parcial

Mujeres: 02 Tiempo completo  
09 Tiempo parcial

Ingresaron con evaluación de Currículum Vitae, Clase Modelo y Entrevista Personal.

- **Alumno(a)**

La muestra ha sido tomada en una población de alumnos comprendidos entre II y III ciclo (que son los que tienen mayor tiempo de estudios en la Escuela es de reciente formación), entre 17 y 25 años, 47 mujeres y 14 varones: 61 estudiantes en total.

Fórmula para cálculo de la Muestra:

$$n = \frac{Z^2 pgN}{Ne^2 + Z^2 pg}$$

Donde:

Z: Nivel de confianza (Tabla de distribución normal para 95% de confiabilidad) 1,96.

p: Probabilidad a favor: 0,5

q: Probabilidad en contra: 0,5

e: Error estimado: 0.05

n: Tamaño de la muestra: 198,8

N: Población: 61 (sin incluir a los de Primer Ciclo).

### **2.3.7. Forma de Tratamiento de los Datos:**

Los datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, la técnica de observación participante, acceso a frentes documentales y con los informantes serán procesados, ordenados, relacionados y analizados desde el Programa Excel y Word que graficará los resultados obtenidos, los que se presentarán en cuadros porcentuales estadísticos, gráficos circulares y de barra y texto con las apreciaciones pertinentes. Lo que permitirá relacionar variables, cruces con las subhipótesis y las conclusiones a arribar.

### **2.3.8. Forma de Análisis de las informaciones:**

Las variables utilizadas serán cruzadas e interpretadas para contrastar con cada subhipótesis manejada, habrá tantas conclusiones parciales como subhipótesis planteadas, éstas serán premisas para contrastar la hipótesis global que nos dará base para formular la conclusión general de la Investigación.

La contrastación de las subhipótesis pueden resultar ser prueba total, prueba parcial y disprueba parciales o disprueba total.

Las apreciaciones y conclusiones resultantes del análisis. fundamentarán cada parte de la propuesta de solución al problema nuevo que dio lugar al inicio de la investigación.

## CAPÍTULO IV

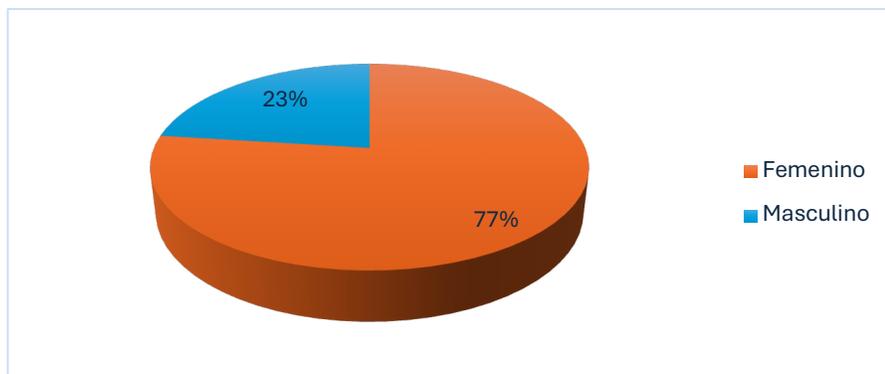
### RESULTADOS

#### PERFIL GENERAL Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS CON SU FORMACIÓN PROFESIONAL EN LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

CUADRO N° 1

##### 4.1. PERFIL GENERAL DEL ESTUDIANTE DE LA ESCUELA

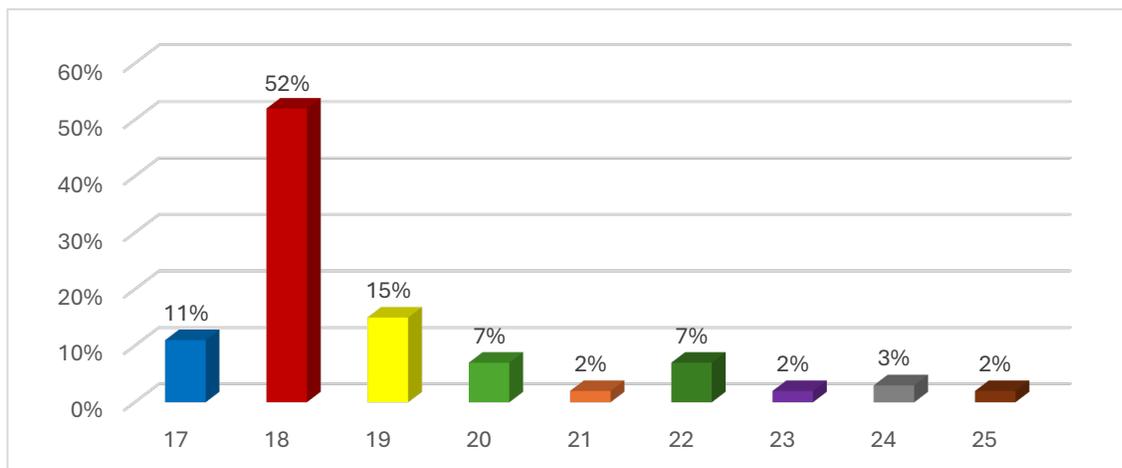
##### SEXO DE LOS ESTUDIANTES



##### APRECIACIÓN:

En la escuela hay más estudiantes mujeres que varones: 77% (femenino) y 23 (masculino). Es propio de carreras profesionales como esta, que resulta más atractiva y sinérgica para las mujeres que para los varones que ven en esta un espacio no para ejercer el turismo sino para crear empresa del turismo y dirigir un negocio propio.

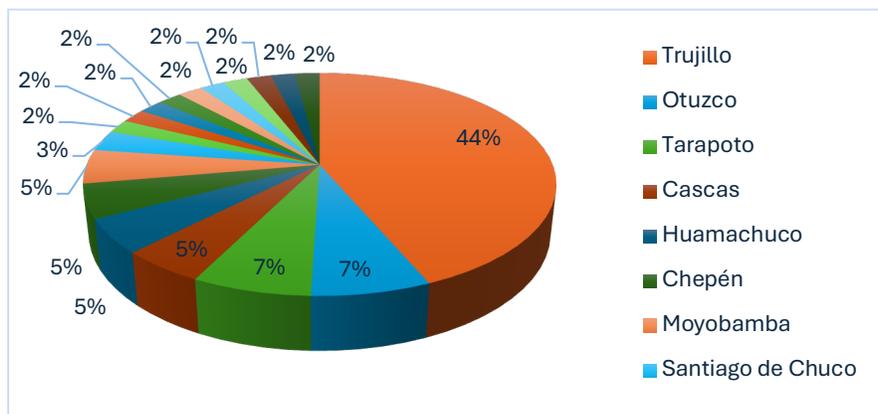
##### EDAD DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA



## APRECIACIÓN:

Las edades en ambos sexos oscilan entre 17 y 25 años, concentrándose el rango más distintivo entre los 17 y 22 años; siendo un 52% jóvenes de 18 años, con primer ingreso a la Universidad después de egresar de la secundaria. Entre los de 22 y 25 años hay estudiantes que proceden de otras carreras y que se han trasladado a la de turismo y hotelería.

## LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA

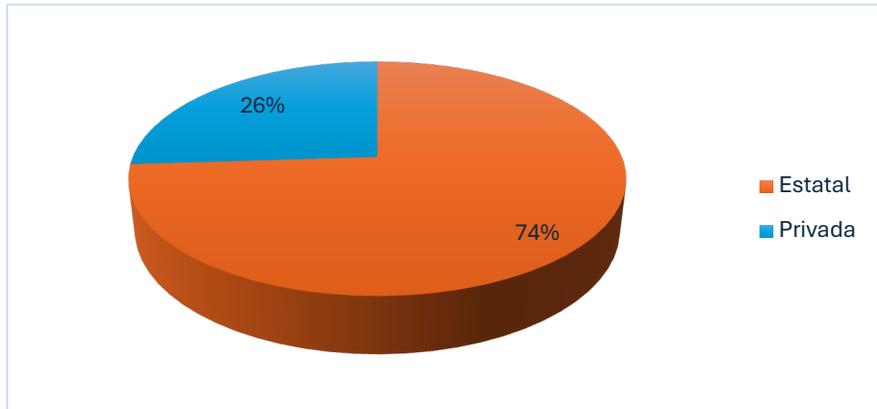


## APRECIACIÓN:

La mayoría de estudiantes proceden de Trujillo (44%) el resto son migrantes de zonas andinas como Otuzco (7%), Cascas (7%), Huamachuco (5%), Santiago de Chuco (3%), Contumazá (2%). Usquil (2%) y Patatz (2%).

De la selva: Tarapoto (5%), Moyobamba (5%), Juanjuí (2%) y Tingo María (2%). De la costa: Chepén (5%) Chocope (2%), Paiján (2%), Chocope (2%) y Ascope (2%). Lo que conlleva a una rica pluralidad cultural que enriquece los intercambios de experiencias de localidades y contextos con inmenso potencial turístico.

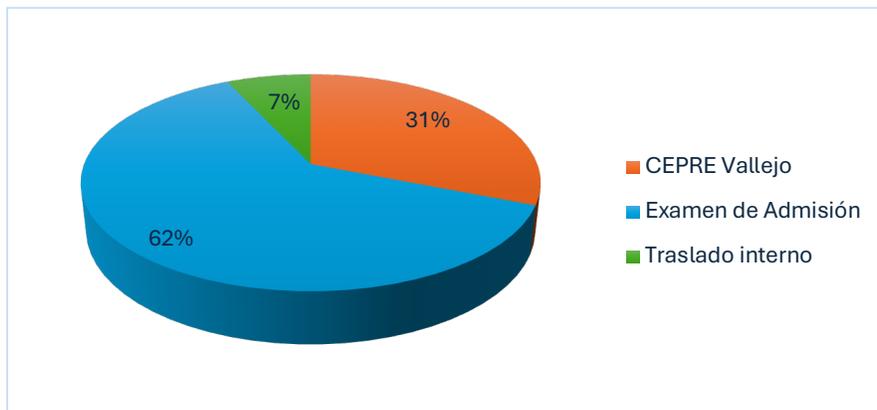
## **INSTITUCIÓN EDUCATIVA DE PROCEDENCIA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA**



### **APRECIACIÓN:**

El 74% procede de Instituciones Educativas Estatales tanto de Trujillo como de provincias, son los que sin tener una buena y sólida calidad educativa rinden más. El 26% viene de colegios privados de la Ciudad de Trujillo.

## **FORMA DE INGRESO DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA**

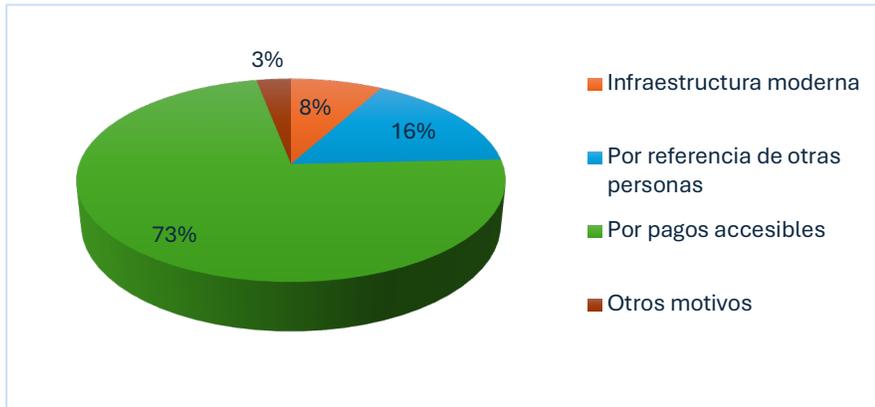


### **APRECIACIÓN:**

Significativamente un 62% de los estudiantes ingresó a la carrera por examen de Admisión, un 31% por preparación en el centro de preparación, generalmente los de provincia y un 7% por traslado interno al pasarse de una carrera ya iniciada a esta

relativamente nueva. Del 31% algunos se prepararon en Academias Universitarias de Trujillo en el periodo de su egreso de la secundaria y su ingreso a la universidad.

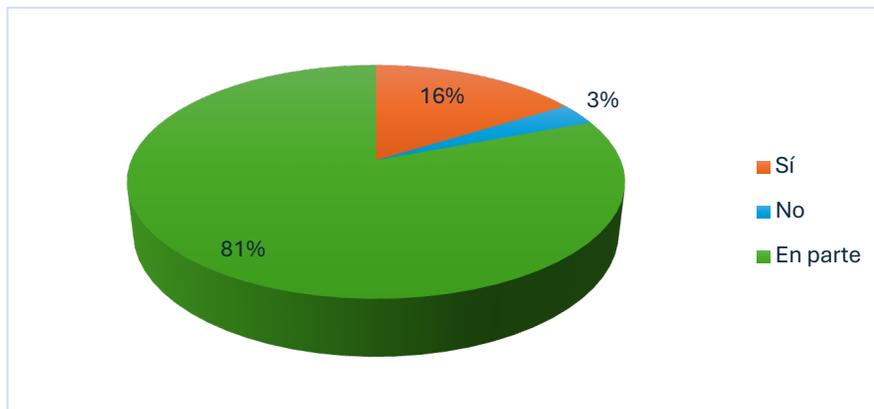
### **MOTIVOS POR QUE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA ESCOGIERON LA UNIVERSIDAD.**



### **APRECIACIÓN:**

El 72% la eligió por sus pagos o aranceles accesibles como casa de estudios superiores, un 16% por referencias de otras personas, un 8% por su moderna Infraestructura y un 3% por otros motivos como: media beca por ser el rector padrino de la promoción de Secundaria, por su Bolsa de Trabajo, porque tiene otros hermanos estudiando en la Universidad lo que le permite otra categorización en los pagos.

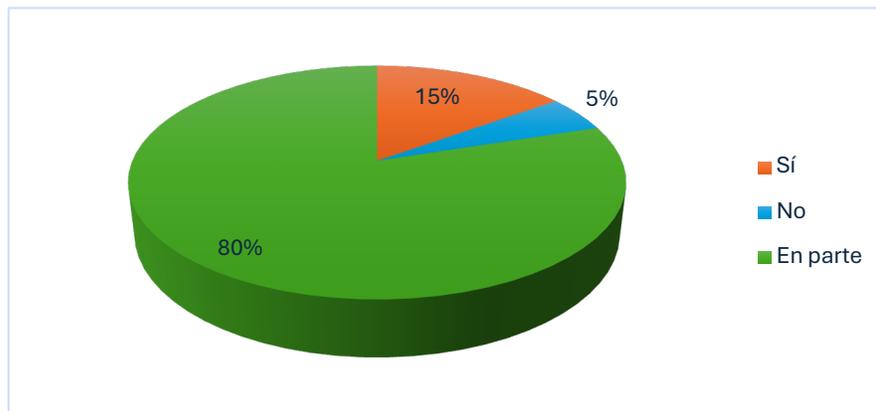
### **ADAPTACIÓN DEL ESTUDIANTE DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, AL SISTEMA, AMBIENTE, CULTURA Y FAMILIA**



### APRECIACIÓN:

El 80% manifiesta que se adapta en parte al ambiente universitario, que aún no logra compenetrarse pese a cosas y personas positivas que ha encontrado en la universidad. Todavía falta más identificación de parte de los estudiantes y de las autoridades y docentes para aperturarse y crear verdaderas sinergias. Un 16% expresa haberse adaptado a la vida universitaria y un 3% no ha podido hacerlo.

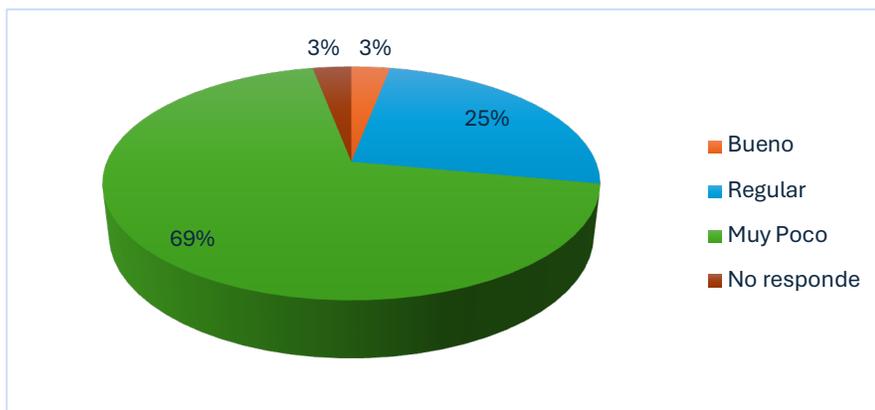
### IDENTIFICACIÓN DEL ESTUDIANTE DE TURISMO Y HOTELERÍA CON SU ESCUELA PROFESIONAL



### APRECIACIÓN:

El 80% de los estudiantes expresa que a veces siente plena identificación con la Escuela, generalmente manifiestan indiferencia, desmotivación, a ciertas Iniciativas, actividades, avances de esta. Un 15% si se identifica generalmente son los que reciben algún beneficio o beca de la Universidad. Solo un 5% no se identifica de ninguna manera.

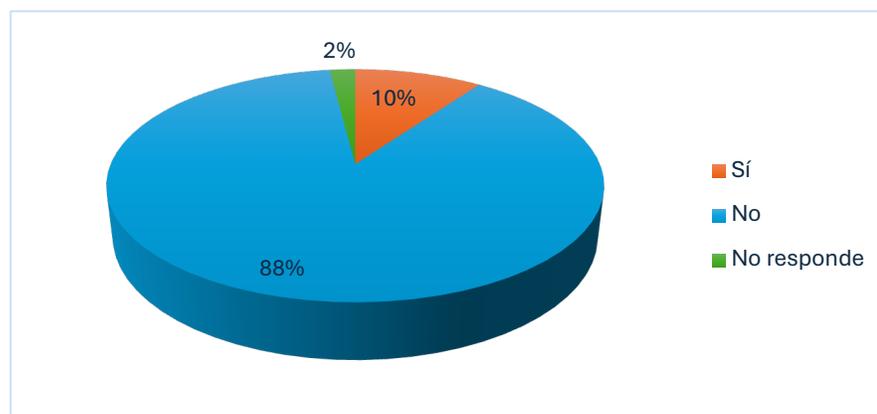
### MANEJO DE IDIOMAS Y NIVEL DE DOMINIO DEL MISMO QUE TIENEN LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA



### APRECIACIÓN:

Más de la mayoría, 69% expresa que el inglés que sabe lo domina muy poco (semántica, fonética, etc.) el nivel es mínimo-básico, no conocen o han estudiado otro idioma. En un 25% tienen un conocimiento regular. Sólo un 3% tiene un buen manejo del idioma inglés. Un 3% no responde.

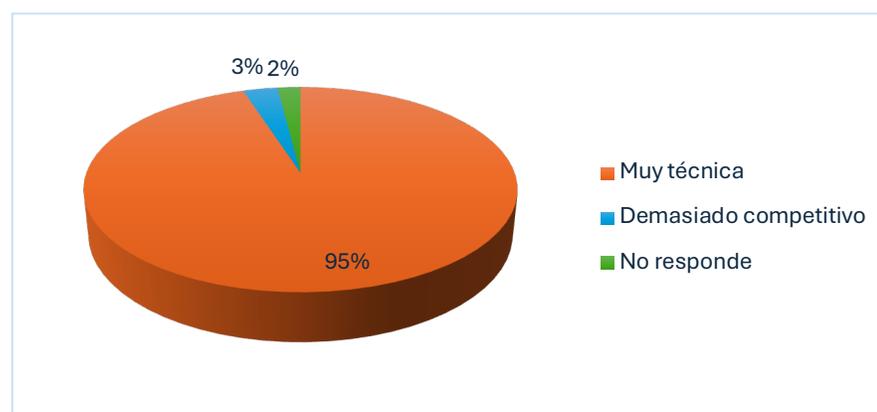
### INTENCIÓN DE CAMBIO DE CARRERA Y DE UNIVERSIDAD EN LOS ESTUDIANTES



### APRECIACIÓN:

Tenemos que un 89% de los estudiantes no tienen intención de cambiarse a carreras afines al interno de la universidad, tampoco tienen proyectado cambiarse de universidad, pese a insatisfacciones y falta de identificación con ésta. Un 10% si desea hacerlo en cualquier momento y un 2% prefiere no opinar

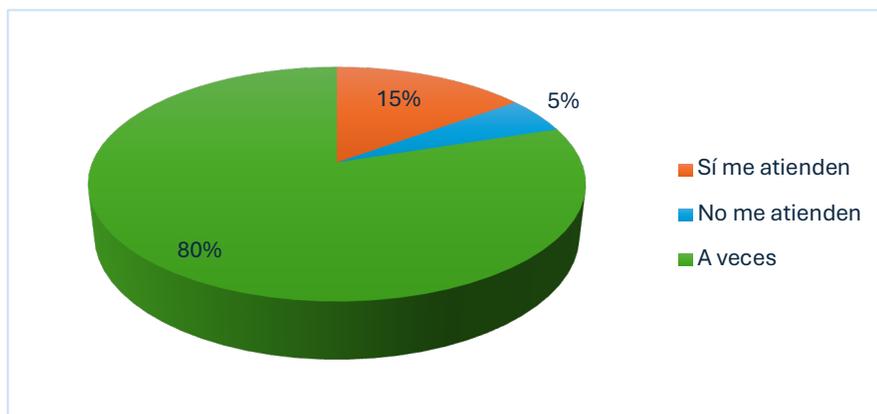
### VALORACIÓN QUE EL ESTUDIANTE DE TURISMO Y HOTELERÍA TIENE SEGÚN LA VISIÓN Y VISIÓN DE LA UNIVERSIDAD



### **APRECIACIÓN:**

El 95% considera que dichas proyecciones son muy técnicas, haciendo la salvedad de que la mayoría de estudiantes de la Escuela ni conocían cual era la visión y misión de la universidad. Un 3% opina que tales son demasiados competitivos, ampulosos. Otro 2% opta por no responder.

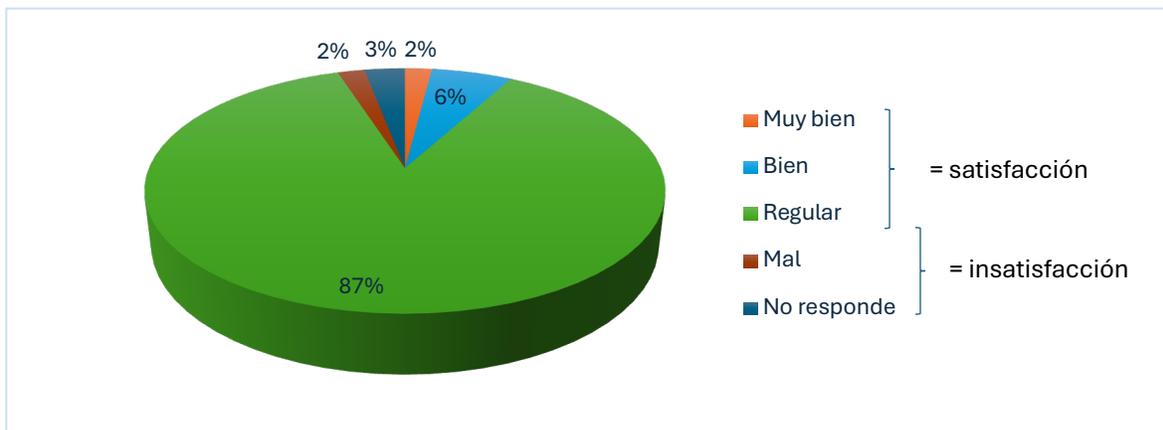
### **ATENCIÓN QUE RECIBE EL ESTUDIANTE POR PARTE DE LOS ADMINISTRATIVOS DE LA ESCUELA**



### **APRECIACIÓN:**

Los trabajadores administrativos de la Escuela en un 80% a veces atienden las demandas, gestiones que los estudiantes realizan en esa Área tardan los trámites, hacen esperar. Solo el 15% opinó ser atendido de buena forma y un 5% percibe que no le atienden.

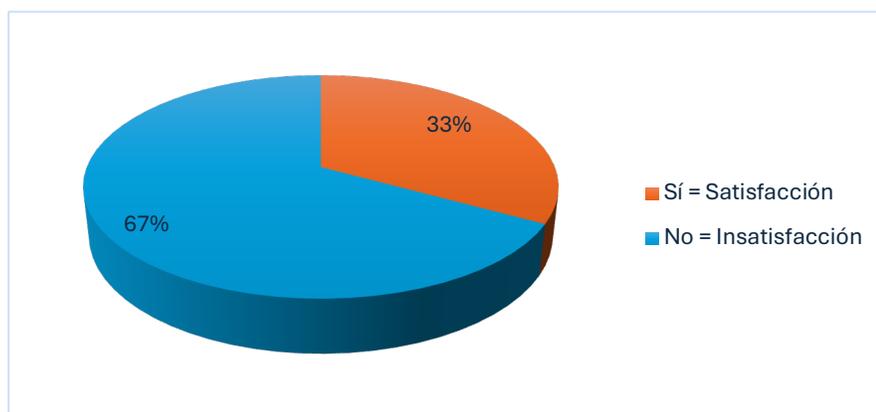
## TRATO QUE LOS/LAS ESTUDIANTES RECIBEN DE LOS DOCENTES DE LA ESCUELA Y DE OTROS PROGRAMAS O ÁREAS DE LA UNIVERSIDAD



### APRECIACIÓN:

El 87% recibe un trato regular de parte de los docentes a algunos les falta empatía, mayor dominio de sus emociones, carácter, autoritarismo y falta de personalidad. Un 6% de estudiantes se siente bien tratado contrariamente a un 2% que expresa ser mal tratado por sus profesores.

## SATISFACCIÓN-COMPENSACIÓN DE LO QUE PAGA EL ESTUDIANTE POR LOS SERVICIOS QUE RECIBE EN LA ESCUELA Y EN LA UNIVERSIDAD: LO QUE ELLOS DEMANDAN

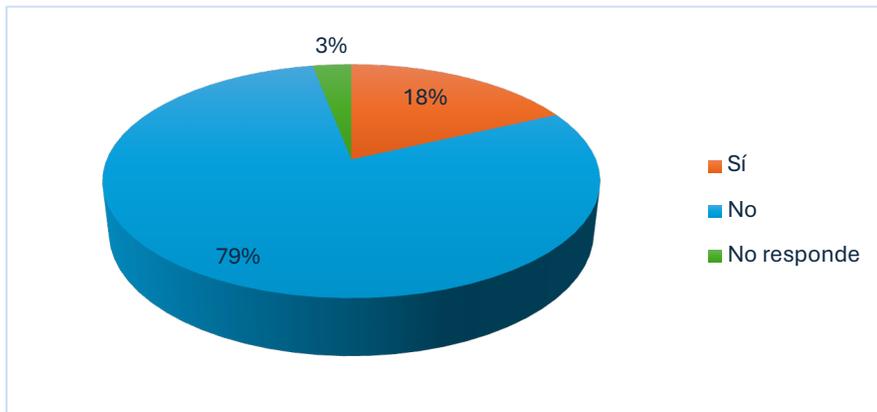


### APRECIACIÓN:

Un 67% de estudiantes considera que lo que paga en la Universidad no compensa y satisface por los servicios recibidos percibe que recibe poco en comparación con lo mucho

que paga. Mientras un 33% argumenta sentirse satisfecho por lo que recibe a cambio de lo que da. Acostumbran a comparar con servicios, calidad, mejorar de otras universidades del medio local.

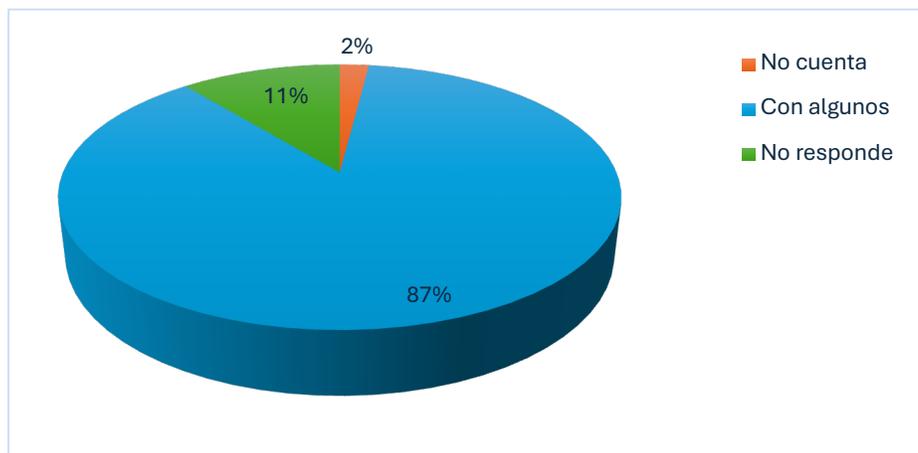
### **SATISFACCIÓN DEL/LA ESTUDIANTE ACERCA DE LA ELECCIÓN DE PERTENECER A LA ESCUELA DE TURISMO Y HOTELERÍA**



#### **APRECIACIÓN:**

El 79% significativamente manifiesta no sentirse satisfecho con el haber elegido la carrera que actualmente cursa, tenían muchas expectativas que aún no se cristalizan pensaron estudiar en una Escuela para hacer negocios hoteleros y turísticos, pero no perciben recibir esa orientación. Mientras que un 18% si expresa haber elegido la mejor carrera y escuela y un 12% no responde.

### **RECURSOS VIRTUALES Y TECNOLÓGICOS CON QUE CUENTA LA ESCUELA DE TURISMO Y HOTELERÍA**



Cuenta = alta satisfacción

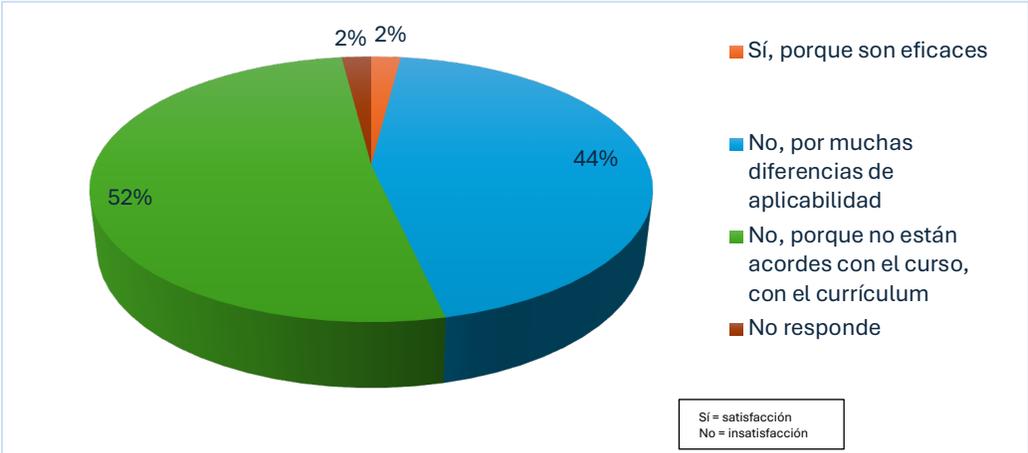
Cuenta con algunos = mediano nivel de satisfacción.

No cuenta = Bajo nivel de satisfacción.

**APRECIACIÓN:**

El 87% de los estudiantes opinan que la Escuela sólo cuenta con algunos recursos virtuales y tecnológicos acordes a los nuevos tiempos en cantidad y calidad para una buena formación académica. Un 11% no responde y un 2% considera que la Escuela no cuenta con tales recursos.

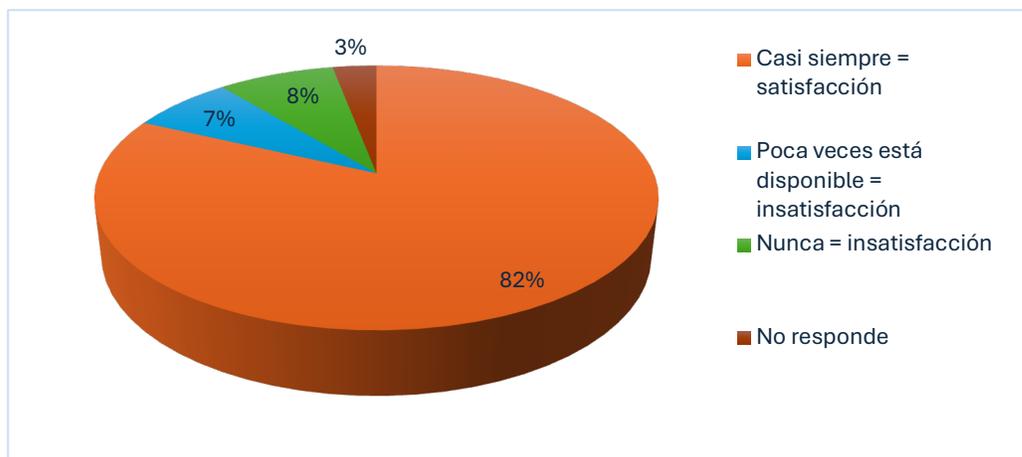
**PERCEPCION ACERCA DE TÉCNICAS PEDAGÓGICAS APLICADAS, AMBIENTES Y DOCENTES QUE PROPICIAN APRENDIZAJES SIGNIFICATIVOS NUEVOS DISTINTOS DE LA COMPETENCIA LOCAL: DEMANDAS**



**APRECIACIÓN:**

Un 51% de estudiantes perciben que las técnicas pedagógicas utilizadas en la Escuela no guardan coherencia con el curso, ni el currículum siguen siendo muy tradicionales, poco dinámicas. Otro 44% considera que ni técnicas, ni ambientes, ni docentes guardan coherencia con un currículum transversal, ni metodologías activas, existen intenciones y buenas voluntades, pero ahí queda. Un 2% cree si son eficaces pero esta opinión representa a un porcentaje mínimo y un restante 2% no contesta.

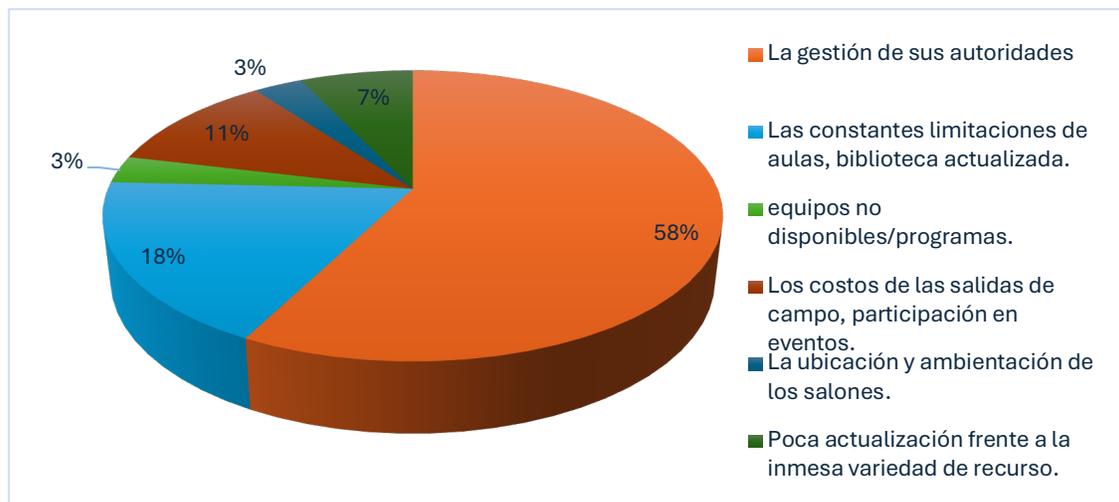
## ACCESO A SERVICIOS EN LA UNIVERSIDAD Y EN LA ESCUELA CUANDO EL ESTUDIANTE LO REQUIERE



### APRECIACIÓN:

En este sentido un significativo 82% casi siempre accede a cualquiera de los servicios de la Universidad y de la Escuela, mientras que un 8% expresa que nunca y un 7% pocas veces encuentra disponibilidad. Sólo un 3% no opina.

## OTRAS INSATISFACCIONES QUE TIENEN LOS ALUMNOS DENTRO DE LA ESCUELA DE TURISMO Y HOTELERÍA: DEMANDAS



### APRECIACIÓN:

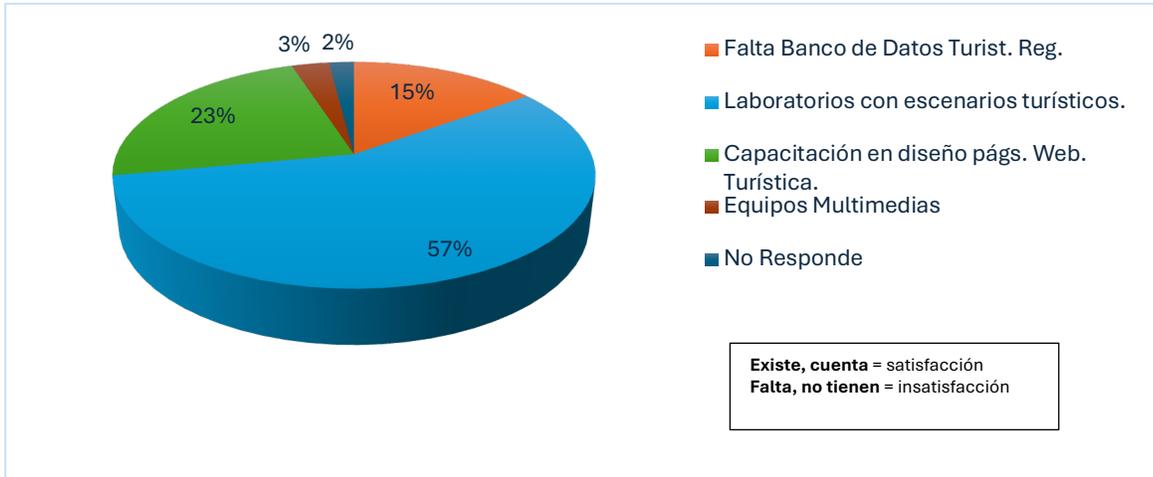
Los alumnos expresan insatisfacción dentro de la Escuela en un 57% por la gestión de sus autoridades que no perciben sea dinámica y útil. Un 18% opina que existen limitaciones por no contar con una biblioteca actualizada, aulas suficientemente equipadas. En un 11% manifiestan insatisfacción por los costos y la frecuencia de las salidas de campo y la participación de eventos académicos y otros Un 7% encuentra poca actualización y estrategia para una mejora continua en la calidad de la formación.

### 2.3.5. Preferencia de los alumnos

Se considera preferencias aquellos que el usuario puede elegir, optar, priorizar para él dentro de la oferta educativa y que permite su satisfacción.

En la universidad los alumnos prefieren en su formación académico - profesional lo siguiente:

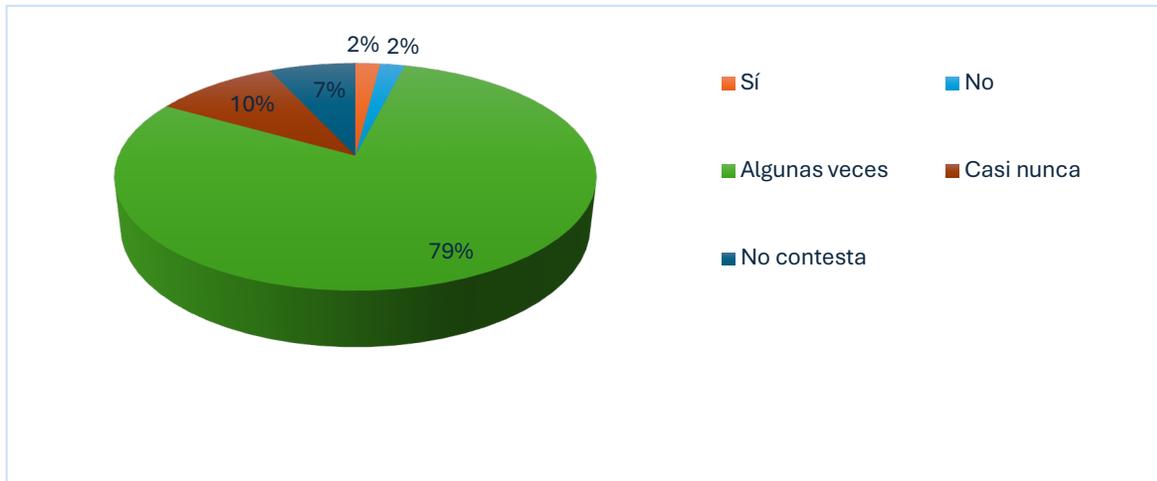
## CARENCIAS TECNOLÓGICAS QUE LOS ESTUDIANTES PERCIBEN TIENE LA ESCUELA DE TURISMO Y HOTELERÍA: PREFERENCIAS



### APRECIACIÓN:

El 57% de estudiantes opina que entre las carencias tecnológicas están la falta de laboratorios, el 23% dice que la capacitación, manejo y diseño de páginas web, un 15% cree que falta un Banco de Datos Turístico Regional. Un 3% considera que faltan equipos multimedia y un 2% optó por no responder

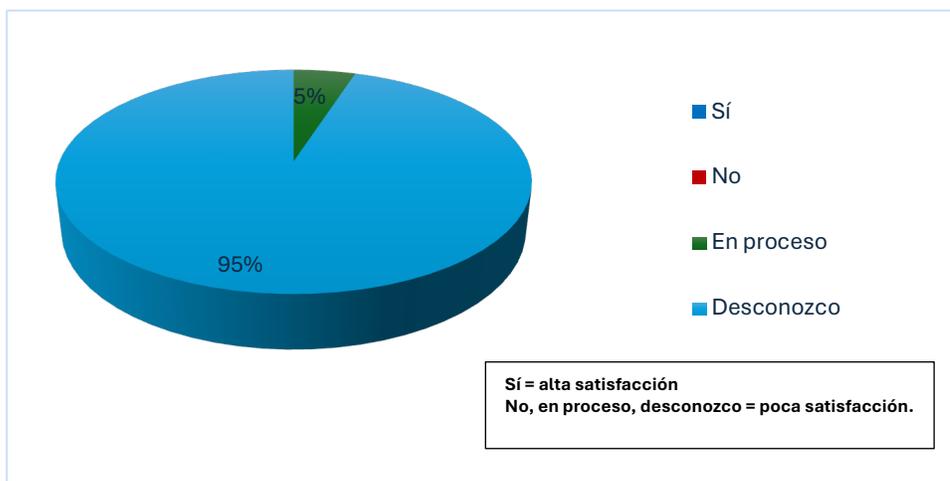
## PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES ACERCA DE FORTALECER SUS NIVELES DE CREATIVIDAD, HABILIDADES, ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN EN SU FORMACIÓN ACADÉMICA



### APRECIACIÓN:

Expresa un 80% que sólo algunas veces percibe que desde sus propias habilidades sus trabajos, ideas son reconocidos por sus docentes, algunas veces éstos motivan, permiten, fortalecen expresiones de originalidad, creatividad, autonomía en los (as) estudiantes, generalmente la formación se vuelve rutina. Un 10% manifiesta que casi nunca puede expresarse fuera de un formato manejado por los(as) docentes. El 7% no responde. Sólo un 2% afirma que, si puede manifestarse con libertad, pero es una cifra poco significativa. Otro 2% dice que no.

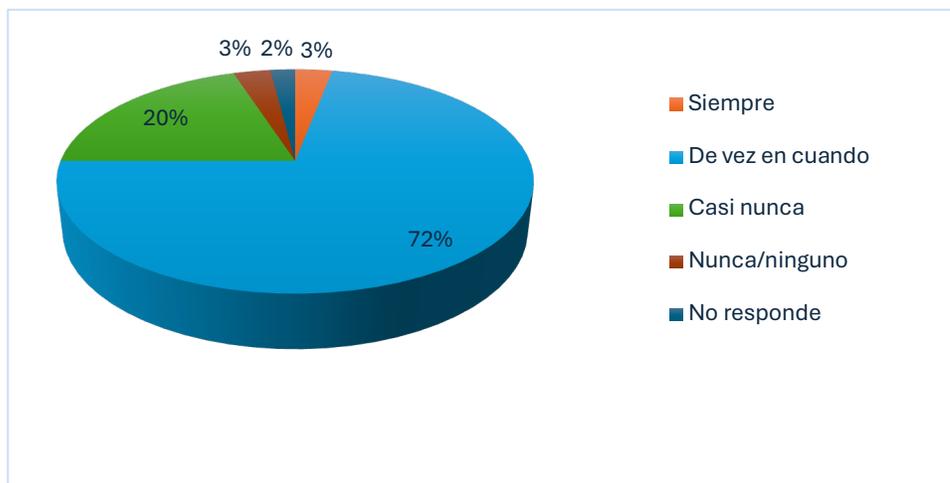
### CONOCIMIENTO QUE EL ALUMNO MANEJA ACERCA DE CONVENIOS, PASANTÍAS DE LA ESCUELA DE TURISMO Y HOTELERÍA QUE INCIDEN CON LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN



### APRECIACIÓN:

Significativamente un 95% de estudiantes desconoce que existan o se estén gestionando convenios, pasantías en la Escuela, ello genera insatisfacción por la falta de información al respecto o porque tales procesos no se ejecutan Un 5% afirma que se ha enterado que tales beneficios están en proceso.

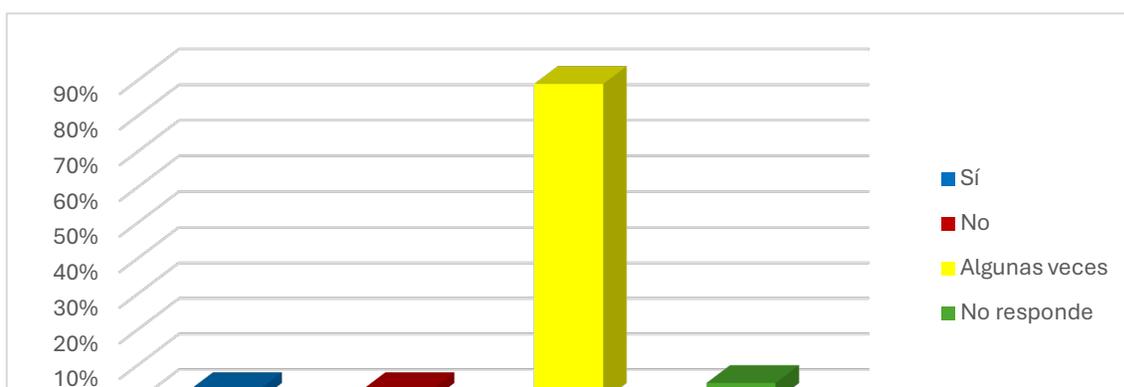
### FRECUENCIA CON QUE EL/LA ESTUDIANTE PERCIBE CAMBIOS Y MEJORAS EN SU FORMACIÓN PROFESIONAL DESDE LA ESCUELA DE TURISMO



### APRECIACIÓN:

El 72% dice que de vez en cuando percibe cambios y mejoras en la Escuela, el 20% expresa que casi nunca los percibe que todo parece igual, un 3% nunca, un 3% siempre lo ha sentido.

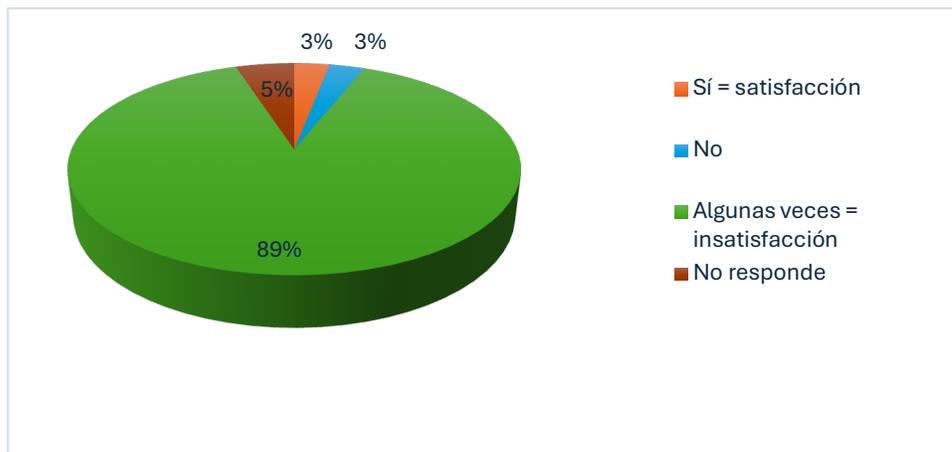
### COHERENCIA ENTRE PRÁCTICAS-SALIDAS DE CAMPO CON ACOMPAÑAMIENTO DE DOCENTES Y EXPECTATIVAS DE LOS ESTUDIANTES Y EL MERCADO TURISTICO LOCAL



### **APRECIACIÓN:**

Un 89% encuentra sólo algunas veces coherencia entre las prácticas y salidas de campo, las expectativas como estudiante y lo que el mercado local demanda. Los docentes no siempre acompañan el desempeño extramuros de sus estudiantes. El 5% no responde. Un 3% afirma que sí, el restante 3% dice que no.

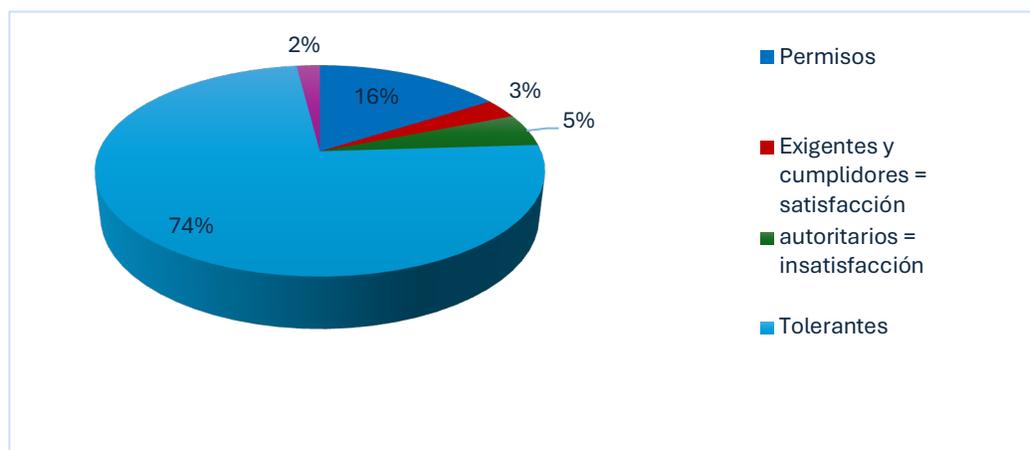
### **OPINIÓN QUE MANEJAN LOS ESTUDIANTES ACERCA DE LAS FORMAS DE EVALUACIÓN APLICADAS Y LOS CONOCIMIENTOS ORIENTADOS POR LOS DOCENTES**



### **APRECIACIÓN:**

El 95% no está de acuerdo (sólo algunas veces) con las formas de evaluación aplicada por sus docentes, algunas veces no hay coherencia entre los contenidos aprendidos en la clase y las preguntas o argumentos de los exámenes. Hay poco sentido crítico, reflexivo, más memorismo. El 5% no responde. Existe mucho control de lectura, pero no se logra alcanzar óptimos niveles de entendimiento, interpretación de sus contenidos.

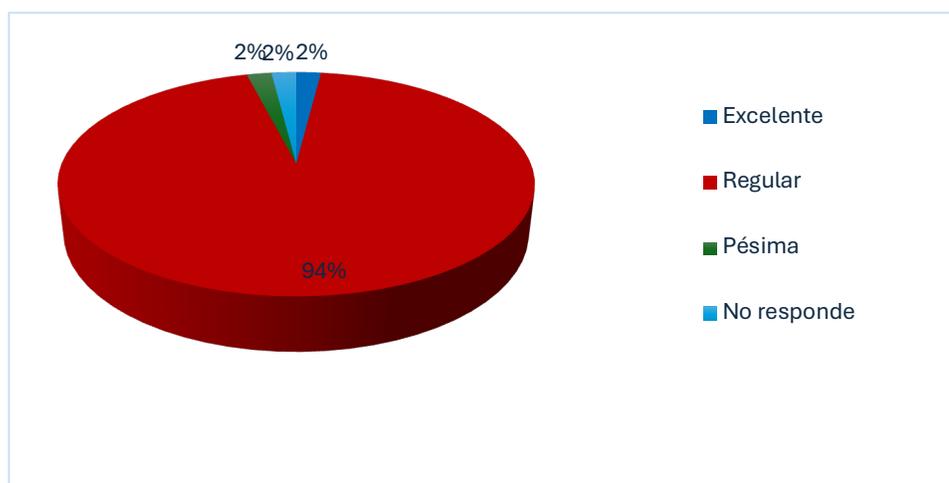
## VALORACION QUE ASIGNAN LOS(AS) ESTUDIANTES A ACTITUDES, RIGOR CIENTÍFICO, PUNTUALIDAD, ÉTICA Y DISCIPLINA DE SUS DOCENTES



### APRECIACIÓN:

El 74% considera que sus docentes son tolerantes hacia ellos los aceptan tal cual son, opiniones, ideas. Un 16% cree que son demasiado permisivos y dejan hacer lo que sea a sus alumnos(as). Otro 5% expresan tener algunos(as) docentes autoritarios, inflexibles, no siendo esto sinónimo de competente, muy profesional. Un 2% los valora como exigentes y cumplidores y un 2% restante no responde.

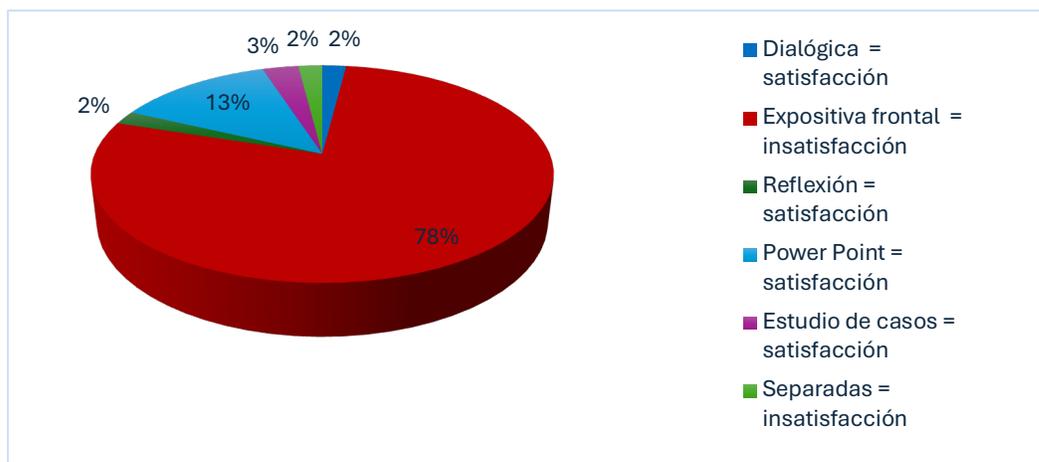
## VALORACION QUE LOS ESTUDIANTES ASIGNAN AL DESEMPEÑO Y CAPACIDAD DE SUS DOCENTES



## APRECIACIÓN:

Un 94% considera que tanto desempeño, eficiencia, pedagogía, calidad profesional, como capacidad de sus docentes es de nivel regular. Un 2% expresa que es excelente, por el contrario, otro 2% lo valora como pésimo, mientras que un 2% finalmente no responde

## TÉCNICAS DE ENSEÑANZA QUE CON MÁS FRECUENCIA UTILIZAN LOS(AS) DOCENTES: PREFERENCIAS



### 5.1. CONCLUSIÓN PARCIAL 1:

1. Que las técnicas pedagógicas de aprendizaje son más expositivas frontales en un 78% y abuso del power point 13%, resultando desmotivante y rutinaria las clases en la mayoría de cursos.
2. Que en 80% algunas veces y 10% casi nunca los estudiantes perciben no ver fortalecidos ni valorados sus niveles de creatividad, habilidades, originalidad en la investigación en el proceso de su formación académica por parte de sus docentes.
3. Que en un 95% perciben que las evaluaciones que les son aplicadas no guardan coherencia con los conocimientos orientados por los docentes, están llenas de memorismo y de métodos demasiado tradicionales.
4. Que sólo un 89% algunas veces es acompañado por su docente en prácticas y salidas de campo que no absuelven las expectativas de los estudiantes en su

formación profesional y perciben que posiblemente tampoco las del mercado laboral local.

5. En cuanto a cambios y mejoras en la formación profesional de esta nueva Escuela un 72% percibe que ocurren de vez en cuando y un 20% casi nunca.
6. Un 95% de alumnos(as) desconocen si existen Convenios, Pasantías e intercambios de la Escuela con otras entidades afines para actualizar con estas actividades su formación profesional.

#### **5.1.1. CONTRASTACIÓN DE LA SUBHIPÓTESIS “a”**

- **Respecto a la Satisfacción del Alumno:**

Los alumnos se ven afectados por limitaciones en la aplicabilidad en las técnicas pedagógicas de aprendizaje practicadas por la mayoría de docentes (78% y 13%) son desmotivantes y rutinarias, es decir en un 91% no coadyuvan al proceso óptimo educativo.

- **Respecto a las Preferencias de los Alumnos:**

Los alumnos prefieren métodos y técnicas dialógicas, no memorísticas, activas. En un 80% ven algunas veces que tienen acceso a formas creativas y originales en sus aportes, opiniones e investigaciones. Un 72% algunas veces percibe cambios, mejoras.

- **Logros:**

Un 2% nunca tuvo limitaciones en cuanto a técnicas tradicionales y utilizó la de reflexión y diálogo (2%) para participar y atender el curso. El 5% considera que se adaptan a las evaluaciones memorísticas.

- **Resultado de la Contrastación:**

Podemos establecer que la sub hipótesis a, se **desaprueba**, ya que el 96% acceso a técnicas de aprendizaje muy desmotivantes y tradicionales no apuntando a un aprendizaje significativo y se prueba en que el 4% tuvo mayor uso de técnicas más activas: diálogo, reflexión. Siendo las posibles causas de

estas limitaciones, la falta de supervisión sostenida, diferentes modos de aplicabilidad 44% y 51% porque no se prestan para cierto tipo de cursos, actividades, o temas.

## **5.2. CONCLUSIÓN PARCIAL 2:**

1. Que los niveles de satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería se ven afectados por la exigencia de éstos en no contar con acceso de mejores y más recursos tecnológicos (87%), a una infraestructura acorde (51%) y a mayor coerción disciplinaria (45% y 1%) por parte de los docentes de los(as) alumnas.
2. Los estudiantes perciben carencia de recursos tecnológicos en la Escuela como el no contar con un Laboratorio con escenarios turísticos (57%), no recibir capacitación para diseñar, actualizar páginas web / blogs turísticos (23%), falta de un Banco de Datos Turístico Regional (15%); más equipos multimedias (3%).

### **5.2.1. CONTRASTACIÓN DE LA SUBHIPÓTESIS “b”**

#### **- Respecto a la Satisfacción del Alumno:**

Los alumnos no ven satisfechas sus expectativas en un 87% porque sólo cuentan con alguna tecnología y recurso virtual, hay limitaciones porque no cuentan con laboratorios escénicos turísticos 54%, falta capacitación en págs. web 23% y Banco de Datos Turístico 15%.

#### **- Respecto a la Preferencia de los Alumnos:**

Prefieren recursos virtuales de última generación, equipos multimedias 2%, págs web y blogs 23% y laboratorios 57%, Banco Regional de Datos Turísticos 15%.

#### **- Logros:**

Aunque no se percibe como tales, un 11% se abstuvo de opinar sin expresar molestia o conformidad hacia lo que accede o se le brinda. Un 2% afirmó que la Escuela no cuenta con óptimos recursos tecnológicos.

- **Resultados de la Contrastación:**

Podemos establecer que la sub hipótesis b, se desaprueba porque sólo un 57% cuenta con algunos medios tecnológicos, 2% no cuenta con ellos, un 57% no tiene laboratorios, ni recursos para diseñar págs. Web 23%; tampoco cuentan con un banco de Datos 15%, vital para su actualización como operadores turísticos Existen muchas carencias.

**5.3. CONCLUSIÓN PARCIAL 3:**

1. Que los estudiantes en un 95% valora que la plana docente tiene un desempeño profesional regular, pero que hace falta mayor dominio pedagógico y experiencia / especialización.
2. Que el estudiantado reconoce que el trato que recibe de sus docentes de Escuela u otros programas es regular (87%) cuando la expectativa es recibir empatía, sinergia, aceptación.
3. Un 74% de estudiantes valoran que sus docentes son demasiado tolerantes y en un 16% muy permisivos lo que desdice su comportamiento ético y rigor científico en el profesionalismo de su desempeño.

**5.3.1. CONTRASTACIÓN DE LA SUBHIPÓTESIS “c”**

- **Respecto a la Satisfacción del Alumno:**

Los alumnos no se sienten satisfechos en cuanto a las deficiencias que conlleva la contratación inadecuada de docentes que no reúnen los criterios mínimos de experiencia en el ejercicio de su profesión, ni en el manejo pedagógico como maestro (escasas actitudes proactivas, rigor científico, puntualidad, disciplina). El 94% percibe que el desempeño docente es apenas regular.

- **Respecto a las Preferencias del Alumno:**

Los alumnos prefieren excelentes docentes 2% con probada capacidad profesional y desempeño pedagógico, docentes exigentes y cumplidores 3%;

desean por ello calidad en todo el proceso educativo. Considerar que el manejo y selección de la plana docente sea sin imparcial y objetivo. Perciben deficiencias respecto a este tema.

- **Logros:**

Al menos un 3% exige docentes cumplidores, y en un 2% acepta que sus profesores son excelentes.

- **Resultados de la Contrastación:**

Podemos establecer que la subhipótesis c, se desaprueba, ya que el 95% de docentes no reúne las actitudes requeridas; el 2% está considerado como pésimo. Y en prueba con un 2% que acepta que son excelentes.

## **SUGERENCIAS PARA ELEVAR LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN, EFICIENCIA Y CALIDAD EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS**

### **Acerca de la Conclusión Parcial 1:**

1. Priorizar el cambio del modelo pedagógico actual como parte del desafío de la educación superior de la era virtual y del conocimiento.
2. Orientar una visión más proyectiva, de futuro desde la Planificación Estratégica donde el docente sea modelo del aprender Supervisión académica haciendo.
3. Capacitar a los Docentes en el campo metodológico, didáctico y pedagógico de acuerdo a la especificidad del curso o especialización de este. Aplicar los principios del Currículum Transversal adoptado por la Universidad.

### **Acerca de la Conclusión Parcial 2:**

1. Priorizar la adquisición de equipos, software y programas informáticos y virtuales. Entender los requerimientos, demandas del cliente.
2. Implementar laboratorios, salones y oficinas acorde a la demanda y modernidad de equipos y tecnologías. Ofrecer nuevos productos.
3. Adaptar a la Carrera los equipos y técnicas virtuales de última generación, manejar una visión de escenarios futuribles en el campo turístico – hotelero.

### **Acerca de Conclusión Parcial 3:**

1. Al seleccionar Personal docente buscar la idoneidad y profesionalismo de éstos Rigurosidad y ética en la selección.
2. Solicitar experiencia profesional, pedagógica - docente y de especialización en las diversas ofertas turísticas con Grado de Maestro, manejo de idioma extranjero, ser muy selectivos en la docencia de los cursos de línea.
3. Monitorear y evaluar sostenidamente el desempeño docente (uso de metodologías activas, pensamiento crítico sostenido, proactividad, publicación de artículos, blogs, investigaciones, coaching en las relaciones humanas).

## **Recomendaciones Generales:**

- Mantener una coordinación constante entre la Alta Dirección, autoridades, docentes y estudiantes para abordar los requerimientos, promover la mejora continua, gestionar la información y aplicar reingenierías sostenibles. Los estudiantes deben ser considerados como los principales activos de la universidad.
- Implementar un instrumento de medición de la satisfacción estudiantil que permita identificar limitaciones y tomar acciones correctivas oportunas para mejorar la experiencia académica.
- Fortalecer el Consorcio Educativo mediante la atención oportuna a las demandas, necesidades y preferencias de los estudiantes. El coordinador de área debe elaborar un análisis FODA de la Escuela por curso al finalizar cada ciclo académico en una sesión interdisciplinaria.
- Actualizar anualmente el perfil del egresado de cada ciclo, comparándolo con las demandas del mercado laboral local y regional en los sectores de turismo y hotelería, asegurando que los estudiantes estén alineados con las exigencias del entorno profesional.
- Asegurar el cumplimiento del currículo basado en competencias, evitando desconexiones metodológicas que afecten la coherencia del proceso educativo.
- Enfocar la atención en los estudiantes no solo como clientes (desde una visión empresarial), sino como seres humanos. Es necesario reconocer el contexto personal, académico y social de los estudiantes, considerando sus desafíos y motivaciones para integrarlos como ciudadanos y profesionales.
- Fomentar la lealtad de los estudiantes, ya que un alumno satisfecho tiende a permanecer más tiempo en la institución, incluso ante nuevas alternativas. Un estudiante satisfecho también puede atraer nuevos estudiantes, generando un ciclo positivo para la universidad y consolidando su reputación.
- Establecer una colaboración efectiva con otras áreas de la universidad para mejorar el desempeño académico y administrativo, lo que contribuirá a una experiencia educativa más integral y de mayor calidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, P., López, D., Peña, R., & González, M. (2019). La guía docente en la planificación y desarrollo de la enseñanza universitaria. *Revista Electrónica de Investigación y Docencia (REID)*(21), 7-24. doi:doi: 10.17561/reid.n21.1
- Abbas, J. (2020). HEISQUAL: A modern approach to measure service quality in higher education institutions. *Studies in Educational Evaluation*, 67, 100933.
- Bambauer-Sachse, S., & Helbling, T. (2021). Customer satisfaction with business services: is agile better?. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 36(8), 1389-1402.
- Bascur, C., & Rusu, C. (2020). Customer experience in retail: A systematic literature review. *Applied Sciences*, 10(21), 7644.
- Bastidas, F. (2019). Modelo Holístico de planificación curricular para institutos y colegios universitarios de tecnología. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración Enfoques*, 3(11), 202-216. <https://www.redalyc.org/journal/6219/621968032004/html/>
- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the academy of marketing science*, 48, 630-648.
- Bell, K. (2022). Increasing undergraduate student satisfaction in Higher Education: the importance of relational pedagogy. *Journal of further and higher education*, 46(4), 490-503.
- Bertaccini, B., Bacci, S., & Petrucci, A. (2021). A graduates' satisfaction index for the evaluation of the university overall quality. *Socio-Economic Planning Sciences*, 73, 100875.
- Borishade, T. T., Ogunnaike, O. O., Salau, O., Motilewa, B. D., & Dirisu, J. I. (2021). Assessing the relationship among service quality, student satisfaction and loyalty: the NIGERIAN higher education experience. *Heliyon*, 7(7).
- Caballero, A (2000). Metodología de la Investigación Científica. Diseño con Hipótesis Explicativas. Editorial UDEGRAF Lima. P. 127.
- Cahyono, Y., Purwanto, A., Azizah, F. N., & Wijoyo, H. (2020). Impact of service quality, university image and students satisfaction towards student loyalty: Evidence from Indonesian private universities. *Journal of Critical Reviews*, 7(19).
- Denton, J. M. (2020). Queering college student retention. *Journal of College Student Retention: Research, Theory & Practice*, 21(4), 544-566.

- de Tarazona, M. I. L., Perales-Flores, R. S., & Marcelo-Armas, M. L. (2020). Satisfacción estudiantil de la gestión docente de una universidad pública de Huánuco-Perú. *Gaceta científica*, 6(2), 80-91.
- Drummond, H. (2001). *La Calidad Total* Ediciones Deusto Fondo Editorial UPC. Empresa Editora El Comercio Lima Perú pp. 89, 90.
- Efendi, T., Lubis, FF, Putri, A., Waskita, D., Sulistyanningtyas, T., Rosmansyah, Y. y Sembiring, J. (2022). Una revisión sistemática basada en bibliometría sobre la calificación automatizada de ensayos en educación. En *la Conferencia Internacional sobre Sistemas e Innovación en Tecnologías de la Información (ICITSI) de 2022* (págs. 275-282). IEEE.
- Guzmán, A., Barragán, S., & Cala Vitery, F. (2021, September). Dropout in rural higher education: A systematic review. In *Frontiers in Education* (Vol. 6, p. 727833). Frontiers Media SA.
- Hanushek, E. A., & Woessmann, L. (2020). The economic impacts of learning losses.
- Harvey, L. (2022). Back to basics for student satisfaction: improving learning rather than constructing fatuous rankings. *Quality in Higher Education*, 28(3), 265-270.
- Işık, M. (2022). Expectations and level of satisfaction of university students from the higher education system.
- Kanwar, A., & Sanjeeva, M. (2022). Student satisfaction survey: a key for quality improvement in the higher education institution. *Journal of innovation and entrepreneurship*, 11(1), 27.
- Lemaitre, M. J. (1997). Pedagogía y enseñanza en Educación Superior razones y sinrazones de una relación conflictiva CEPAL Santiago de Chile.
- López, M. J. C., Casados, J. C., Hernández, D. C. S., & Nieto, U. Z. H. (2023). Modelo de aula invertida: Validación del instrumento para evaluar la percepción y satisfacción de estudiantes universitarios. *Revista de Ciencias Sociales*, 29(2), 229-241.
- Manrique, N. (1997). *La sociedad virtual y otros ensayos*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú
- Martínez-Jiménez, R., & Ruiz-Jiménez, M. C. (2020). Improving students' satisfaction and learning performance using flipped classroom. *The International Journal of Management Education*, 18(3), 100422.
- Méndez-Aparicio, M. D., Jiménez-Zarco, A., Izquierdo-Yusta, A., & Blazquez-Resino, J. J. (2020). Customer experience and satisfaction in private insurance web areas. *Frontiers in Psychology*, 11, 581659.

- Mittal, V., Han, K., Frennea, C., Blut, M., Shaik, M., Bosukonda, N., & Sridhar, S. (2023). Customer satisfaction, loyalty behaviors, and firm financial performance: what 40 years of research tells us. *Marketing Letters*, 34(2), 171-187.
- Mofokeng, T. E. (2021). The impact of online shopping attributes on customer satisfaction and loyalty: Moderating effects of e-commerce experience. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1968206.
- Odutayo, A. O., Udeme, S. J., Opesemowo, O. A. G., & Adewuyi, H. O. (2024). Lecturer-Student Interaction Patterns and Academic Engagement: The University Dynamics. *Journal of Education and Teaching (JET)*, 5(3), 230-246.
- Parave, Y. Z., Bustinza, L. A. S., Aguirre, G. F. Q., Flores, A. G., & Vargas, M. D. C. (2022). Calidad de formación docente y grado de satisfacción de los estudiantes en la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú. Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores.
- Pei, X. L., Guo, J. N., Wu, T. J., Zhou, W. X., & Yeh, S. P. (2020). Does the effect of customer experience on customer satisfaction create a sustainable competitive advantage? A comparative study of different shopping situations. *Sustainability*, 12(18), 7436.
- Poudel, M. R. (2022). Survey on Rate of Return on Investment in Education. *Interdisciplinary Research in Education*, 7(1), 129-146.
- Sayaf, A. M., Alamri, M. M., Alqahtani, M. A., & Al-Rahmi, W. M. (2021). Information and communications technology used in higher education: An empirical study on digital learning as sustainability. *Sustainability*, 13(13), 7074.
- Sovero F. (2012). Supervisión, acompañamiento y monitoreo pedagógico Perú. San Marcos.
- Suárez, S., Elías, R., & Zarza, D. (2016). Factores asociados al rendimiento académico de estudiantes de Paraguay: un análisis de los resultados del Terce. Reice. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, 14.4(2016), 113-133. <https://doi.org/10.15366/reice2016.14.4.006>
- Valenzuela, J. M., Ascue, E. R. M., Ruiz, R. N. A., & Aparco, R. H. (2022). Estrategias didácticas y satisfacción de estudiantes de Administración en la Universidad Nacional José María Arguedas, Perú. *Delectus*, 5(2), 62-69.
- Valero Palomino, F. R., & Bullón Solís, O. (2021). La virtualización, una alternativa viable en las instituciones educativas. *Puriq*, 3(1), 71-80. <https://doi.org/10.37073/puriq.3.1.139>

Wong, W. H., & Chapman, E. (2023). Student satisfaction and interaction in higher education. *Higher education*, 85(5), 957-978.

Yavuzalp, N., & Bahcivan, E. (2021). A structural equation modeling analysis of relationships among university students' readiness for e-learning, self-regulation skills, satisfaction, and academic achievement. *Research and Practice in Technology Enhanced Learning*, 16(1), 15.

Zygiaris, S., Hameed, Z., Ayidh Alsubaie, M., & Ur Rehman, S. (2022). Service quality and customer satisfaction in the post pandemic world: A study of Saudi auto care industry. *Frontiers in Psychology*, 13, 842141.

ISBN: 978-9942-33-846-4



**compAs**  
Grupo de capacitación e investigación pedagógica

   @grupocompas.ec  
compasacademico@icloud.com