

MAESTRÍA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA Y GESTIÓN EDUCATIVA

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN ACADÉMICA DE
LOS EGRESADOS DE LA FACULTAD DE NEGOCIOS DEL CENTRO DE EMPLEABILIDAD
EN UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE LIMA DURANTE EL PERIODO 2020-I

PRESENTADO POR:

CHAVEZ MORAN, MARLON MIGUEL

DOMINGUEZ HINOSTROZA, BRIGGITH DAHANA

GALLARDO CHINCHAY, VANESSA ELVA

TORRES ECHEANDIA, MARISELA VICTORIA

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN DOCENCIA UNIVERSITARIA Y GESTIÓN EDUCATIVA

ASESOR:

FRANCO CANAVAL, DAVID GUILLERMO

LIMA –PERU

2021

A mi padre Marco y madre Inés por ser fuente de mi inspiración para superarme día a día y se sientan orgullosos del hijo que han formado. A mi compañera de vida Joissy por ser mi cómplice, quien me ayuda a crecer y me ha apoyado a lo largo de este camino académico y personal. A mi hijo Ian por su paciencia, amor, comprensión y cariño en toda esta etapa.

Marlon Chavez

A mis padres Vicente y Maritza por apoyarme en mi proceso académico y ser mi motivo de superación. A mi hermano Vicente por sus ocurrencias y alegrías. A mi abuelita Vicenta por su cariño y bendiciones que siempre me desea. A Pablo, mi futuro compañero de vida, por su cariño sincero.

Briggith Domínguez

A mis padres Oswaldo y Elva por estar siempre a mi lado y por su apoyo incondicional, que con sus enseñanzas me inspiran cada día y motivan a cumplir mis sueños. A mis hermanos José Luís y Orlando por sus consejos y a Giancarlos por el apoyo constante.

Vanessa Gallardo

A mi padre por ser mi mentor y guía; a mi madre por haber sido mi primera maestra y por brindarme las mejores enseñanzas de vida. A mi esposo por ser mi inspiración, a quien amo y menciono en la presente dedicatoria por su paciencia, apoyo, comprensión y por haberme acompañado con una taza de café mientras me brindaba palabras de aliento para seguir adelante.

Marisela Torres

AGRADECIMIENTO

Nuestros más sinceros agradecimientos a todos nuestros maestros del MADU XXII por ser nuestros guías en nuestro proceso de desarrollo y formación tanto personal como profesional. Especial agradecimiento a nuestros maestros: David y Jadira, por orientarnos en la presente investigación.

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad describir la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I. Para ello, se ha seleccionado una muestra representativa de 12 egresados de una población de 45 egresados inscritos en el programa del Centro de Empleabilidad de la Facultad de Negocios. La metodología aplicada desarrolla un enfoque cualitativo, de alcance descriptivo y con diseño fenomenológico.

Los resultados muestran percepciones de los egresados en cuanto a la calidad del servicio y la satisfacción académica. Los entrevistados describieron características favorables en cuanto a la infraestructura, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía, con lo cual refirieron que el servicio cumplió con sus expectativas. Por otra parte, los egresados que formaron parte del estudio percibieron que el centro de empleabilidad cubrió sus necesidades de autorrealización, autonomía en la construcción de su aprendizaje, desarrollo personal y profesional, los cuales constituyen los factores intrínsecos de la satisfacción académica. Por otro lado, de acuerdo a la descripción de los egresados, la calidad brindada por el centro de empleabilidad fortalece los factores extrínsecos de la satisfacción, los cuales están representados principalmente por el enriquecimiento del contenido del programa, accesibilidad de horarios, una adecuada metodología de enseñanza, reconocida trayectoria del docente, networking, adecuada infraestructura y convenios laborales nacionales e internacionales.

Palabras clave: Calidad del servicio, satisfacción académica, factores intrínsecos, factores extrínsecos.

ABSTRACT

The purpose of this investigation is to describe the perception of the quality of service and academic satisfaction from the graduates from the Business Faculty from the Employability Center in a private University in Lima during the 2020-I period. To achieve this, a representative sample has been selected of 12 graduates in a population of 45 graduates who were inscribed in the program from the Employability Center in the Business Faculty. The methodology applied develops a qualitative approach, descriptive scope and phenomenological design.

The results showed positive perceptions about the service quality and satisfaction of the graduates. The interviewed described favorable characteristics about infrastructure, reliability, assurance, responsiveness, and empathy, so they referred that the service achieved their expectations. In the other hand, the graduates perceive that the Employability Center has covered their needs of self-realization, autonomy in the construction of their learning, personal development and professional that constitutes the factors of intrinsic satisfaction in the academic satisfaction. And also, according the description of the graduates, that the given quality by the Institution, strengthen the extrinsic factors of satisfaction, which are principally represented by the enrichment of the program's content, accessibility of schedules, and adequate teaching methodology, recognized trajectory of the teacher, networking, adequate infrastructure, and national and international labor agreements.

Keywords: Quality of service, academic satisfaction, intrinsic factors, extrinsic factors.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
Capítulo I: Planteamiento del problema.....	12
1.1. Situación problemática	12
1.2. Preguntas de investigación	15
<i>1.2.1. Pregunta General</i>	15
<i>1.2.2. Preguntas Específicas</i>	15
1.3. Objetivos de la investigación.....	15
<i>1.3.1. Objetivo General</i>	15
<i>1.3.2. Objetivos específicos</i>	16
1.4. Justificación del estudio	16
Capítulo II: Marco teórico.....	19
2.1. Antecedentes de la investigación	19
<i>2.1.1. Antecedentes internacionales</i>	19
<i>2.1.2. Antecedentes nacionales</i>	23
2.2. Bases teóricas	27
<i>2.2.1. Calidad en el servicio</i>	27
<i>2.2.1.1. Evolución del concepto de calidad</i>	27
<i>2.2.1.2. Calidad en el servicio en el entorno académico</i>	28

2.2.1.3. <i>Modelo ServQual</i>	31
2.2.1.3.1. <i>Fiabilidad</i>	35
2.2.1.3.2. <i>Elementos Tangibles</i>	36
2.2.1.3.3. <i>Capacidad de Respuesta</i>	37
2.2.1.3.4. <i>Seguridad</i>	38
2.2.1.3.5. <i>Empatía</i>	39
2.2.2. <i>Satisfacción Académica</i>	40
2.2.2.1. <i>Factores intrínsecos o motivadores</i>	42
2.2.2.2 <i>Factores extrínsecos o higiénicos</i>	45
Capítulo III: Metodología	48
3.1. Enfoque, alcance y diseño	48
3.1.1. <i>Enfoque</i>	48
3.1.2. <i>Alcance</i>	48
3.1.3. <i>Diseño</i>	49
3.2. Matrices de alineamiento.....	50
3.2.1. <i>Matriz de consistencia</i>	50
3.2.2. <i>Matriz de operacionalización de la variable calidad del servicio</i>	51
3.3. Población y muestra.....	53
3.4. Técnicas e instrumentos.....	53
3.5. Aplicación de instrumentos	54
Capítulo IV: Resultados y Análisis	55
4.1. Resultados de la variable calidad del servicio	55

4.1.1. <i>Categoría fiabilidad</i>	55
4.1.2. <i>Categoría elementos tangibles</i>	56
4.1.3. <i>Categoría Capacidad de respuesta</i>	57
4.1.4. <i>Categoría seguridad</i>	58
4.1.5. <i>Categoría empatía</i>	59
4.2. Resultados de la variable satisfacción académica	60
4.2.1. <i>Categoría factores intrínsecos</i>	60
4.2.2. <i>Categoría factores extrínsecos</i>	61
4.3. Análisis de los resultados	62
Capítulo V: Propuesta de solución.....	75
5.1. Propósito.....	75
5.2. Actividades	79
5.2.1 <i>Organización de los talleres del Programa de Empleabilidad.</i>	79
5.2.2 <i>Difusión acerca del Programa y creación de contenido en una página de Empleabilidad en Instagram y Facebook.</i>	83
5.2.3 <i>Elección de Community Manager y reconocimiento a los egresados que van adquiriendo Empleo.</i>	84
5.2.4 <i>Talleres de Networking</i>	87
5.2.5 <i>Capacitación Docentes</i>	90
5.3. Cronograma de ejecución	92
5.4. Análisis costo beneficio	93
CONCLUSIONES	97

RECOMENDACIONES..... 99

BIBLIOGRAFÍA 100

ANEXOS 109

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Rueda de Deming	29
Figura 2. Evaluación del usuario sobre la calidad del servicio.	32
Figura 3. Evaluación del usuario sobre la calidad del servicio.	45
Figura 4. Ciclo de DEMING	77
Figura 5. Proceso actualizado aplicando el ciclo de DEMING.	78
Figura 6. Difusión del programa de empleabilidad.	84
Figura 7. Reconocimiento de egresados.	86
Figura 8. Community Manager y satisfacción académica.	86
Figura 9. Programación de talleres de Networking	88
Figura 10. Networking.....	89
Figura 11. Cronograma de ejecución.....	92

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Significado de las dimensiones del modelo ServQual.	33
Tabla 2. Perfil del egresado de las tres carreras de la Facultad de Negocios	80
Tabla 3. Tabla de relación de talleres y competencias	82
Tabla 4. Cronograma de capacitación virtual docente.	90
Tabla 5. Análisis costo beneficio.....	93

Capítulo I: Planteamiento del problema

1.1. Situación problemática

A nivel internacional, la crisis de la pandemia Covid-19 impactó de forma abrupta en las universidades, tomándose como medida el cierre temporal de todos los centros de estudio con el fin de salvaguardar el bienestar de los estudiantes, lo que conllevó a una acelerada búsqueda de soluciones para continuar con la educación a distancia, enfrentando situaciones diversas desde la baja conectividad, contenidos no adecuados y profesores con falta de preparación para la “nueva normalidad” (UNESCO, 2020). Esta crisis ha obligado a replantear la prestación de los servicios educativos, ante una carencia de garantías de calidad, falta de igualdad al acceso y deficientes procesos administrativos, temas que se venían trabajando desde antes de la crisis y que con la actual coyuntura se acrecentaron, lo que conlleva a investigar la situación actual.

El cierre prolongado e inesperado de las universidades nos centra la atención en la falta de gestión de procesos (UNESCO, 2020). Esta situación pone a prueba la adaptabilidad y flexibilización institucional, generando una falta de respuesta ante el inicio abrupto de una “nueva era del aprendizaje” y a la transformación digital casi inmediata, que conlleva no solo a mitigar la falta de medios tecnológicos y económicos sino también de contar con personal capacitado y dispuesto a desarrollar con calidad y equidad dichos procesos, con la finalidad de que los estudiantes obtengan igualdad de oportunidades en el acceso a la educación.

Así mismo, la situación que encontrarán los estudiantes egresados no es la más favorable ya que las perspectivas laborales son inciertas. Por ello, las universidades tendrán la oportunidad de mejorar su gestión educativa e identificarán las deficiencias de sus sistemas para mejorarlos con el fin de anticipar el impacto y reestructurar sus mecanismos en la inserción laboral de los egresados. Aún no se ha definido cómo la crisis sanitaria afectará al desplazamiento de miles de estudiantes egresados en el mundo. Por ese motivo, se deberá continuar buscando soluciones sólidas mediante convenios regionales entre América Latina y El Caribe para lograr con prontitud el reconocimiento

de estudios, títulos y diplomas, garantizando oportunidades de empleo en el extranjero y en sus propios países (UNESCO, 2020).

A nivel nacional, desde que inició la reforma universitaria en el año 2015, bajo el marco de la ley universitaria peruana y las condiciones básicas de calidad, se han cerrado 13 universidades, 18 universidades han sido sancionadas por ofrecer programas no autorizados y 14 universidades fueron sancionadas por poseer 52 establecimientos no autorizados (Superintendencia Nacional de Educación Superior, 2019). Este es el contexto en el que se encontraba la educación superior del Perú cuando el aislamiento social obligatorio inesperado por la crisis del Covid-19 alcanzó a las universidades y que, a pesar de tener 94 universidades con licenciamiento en todo el país, se evidenció la ineficiente respuesta de los procesos de gestión y servicio educativo frente a la continuidad de la educación no presencial. La Federación de Instituciones Privadas de Educación Superior “FIPES” (2020) advierte que la deserción de estudiantes universitarios llegó al 35% en el año 2020, lo cual se traduce en 350 mil estudiantes universitarios que dejaron de estudiar, lo que significa no solo la desvinculación de la universidad sino también el aumento de la informalidad laboral.

En general, las perspectivas laborales de los egresados universitarios son inciertas considerando que los trabajadores menores a 25 años tienen más probabilidad de trabajar en sectores que han sido cerrados, por lo que se ven afectados también sus ingresos, según la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria “SUNEDU” (2019). Igual o peor situación se presenta para los recién egresados a quienes les será más difícil encontrar un empleo. Esto no solo es una preocupación actual, ya que no se sabe en cuánto tiempo se recuperará la economía peruana, acentuándose la preocupación de los futuros egresados a nivel nacional.

Ante el contexto antes descrito, las universidades necesitan reevaluar sus mecanismos de apoyo para la inserción laboral, así como sus programas, cursos o talleres de capacitación para fortalecer sus convenios con instituciones privadas y públicas. De esa manera, se estará realizando un trabajo en conjunto considerando los nuevos retos a los que se enfrentan en el mercado laboral incierto afectado por la crisis. La responsabilidad social de la universidad, que es uno de los objetivos

definidos por la ley Universitaria Peruana N° 30220 (2014), invitan a realizar planes efectivos ante la deserción estudiantil universitaria.

A nivel institucional, la universidad en la cual se realiza la presente investigación sostiene en su visión ser una institución de educación superior con prestigio internacional en cuanto a calidad en la formación de profesionales competentes para el mercado laboral, a través de un proceso educativo que garantice el desarrollo interdisciplinario de las personas y su ambiente, para la consecución de su visión se precisa formar profesionales líderes y globalmente competitivos sin dejar de lado su multiculturalidad.

Actualmente, la universidad propicia la planificación y articula acciones de permanente actualización de su estructura curricular con secuencialidad horizontal y vertical de los cursos por ciclo y área, para lograr las 4 competencias generales del perfil del egresado: comportamiento ético y responsabilidad social, comunicación eficaz, liderazgo y creatividad empresarial, (Resolución de consejo directivo N° 151-2018-SUNEDU). En ese sentido, la universidad gestiona programas de inserción laboral a través de su Centro de Empleabilidad (en adelante “C.E.”) para facilitar la inserción laboral de egresados a través del programa denominado Plan del Seguimiento al Egresado, el cual presentó como resultado que de un total de 213 egresados se encontraban trabajando, alrededor de 76% en el año 2019.

Si bien los mecanismos de inserción laboral alcanzaron al 76% de egresados, la universidad de la presente investigación estima llegar a la meta ideal del 100% para el 2021, lo que lleva a identificar y reestructurar los procesos para otorgar un servicio de calidad, así como actualizar los temas ofrecidos en el programa y cobertura de temas con alcance a nivel internacional. Por otro lado, la pandemia del Covid-19 ha evidenciado la inexistencia de plataformas digitales adecuadas, con lo cual ha generado mayores dificultades de acceso a los servicios académicos ofrecidos por el centro de empleabilidad a los egresados.

A junio 2020, la Universidad Privada de Lima que se analiza en el presente trabajo de investigación no ha realizado una evaluación de la satisfacción académica de los egresados en función

al servicio ofrecido por el Centro de Empleabilidad. Ante esta situación problemática, se desarrolla la presente investigación sobre la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del centro de empleabilidad en una Universidad Privada de Lima durante el periodo 2020-I.

1.2. Preguntas de investigación

1.2.1. Pregunta General

¿Cuál es la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I?

1.2.2. Preguntas Específicas

¿Cuál es la percepción de la calidad del servicio y los factores intrínsecos de la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I?

¿Cuál es la percepción de la calidad del servicio y los factores extrínsecos de la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Describir la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I.

1.3.2. Objetivos específicos

Describir la percepción de la calidad del servicio y los factores intrínsecos de la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I.

Describir la percepción de la calidad del servicio y los factores extrínsecos de la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I.

1.4. Justificación del estudio

A nivel teórico, esta investigación se justifica con el propósito de aportar al conocimiento científico existente sobre la calidad del servicio y la satisfacción académica de los egresados en los centros de empleabilidad que tienen las universidades, buscando enriquecer investigaciones sobre gestión educativa.

La calidad del servicio, según Farías (2016), se define como el conjunto de características que posee el servicio y que están orientadas a cumplir con las expectativas de los estudiantes para desenvolverse exitosamente en su ambiente laboral, social y familiar. La calidad del servicio, según Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1993), ha sido definida como la diferencia asociada entre las expectativas que se tienen del servicio y las percepciones de los usuarios al recibirlo.

La satisfacción, según Andrade (2017), es definida como el estado emocional positivo o placentero como resultado de la percepción de las experiencias. Por otro lado, la satisfacción según Herzberg (1966), es definida como el resultado de la actitud de una persona influenciada por factores intrínsecos como la sensación de logro, responsabilidad, crecimiento; y por factores extrínsecos como la relación con los compañeros, condiciones del ambiente, y vida personal. Al gestionar de manera adecuada estos factores, la satisfacción aumentaría y se reduciría la insatisfacción.

Para poder indagar sobre las características de la calidad del servicio que valoran los egresados y conocer los factores de la satisfacción, se utilizarán las categorías de la calidad del modelo ServQual. Este modelo teórico indaga sobre la calidad, a partir de las percepciones del servicio (esperado y recibido). También se investigará a cerca de las percepciones de la satisfacción académica (intrínseca y extrínseca). De esa manera, los resultados de la presente investigación permitirán conocer las características que valoran los egresados de la calidad del servicio y conocer sus factores de satisfacción académica con la finalidad de mejorar la gestión educativa.

A nivel académico, la presente investigación se justifica en que los hallazgos darán los lineamientos para un aporte práctico que se plasmará en una propuesta para solucionar el problema de la investigación para brindar oportunidades de mejora en la calidad educativa en beneficio de los egresados. A partir de las percepciones de los egresados, conociendo la experiencia recibida durante el programa académico del Centro de Empleabilidad, se identificará si sus necesidades fueron satisfechas y si se cumplieron sus expectativas. De esa manera, con los resultados de la investigación, se podrán gestionar estrategias que permitan fortalecer la calidad educativa para mejorar la satisfacción académica de los egresados, pudiendo replicarse las estrategias que se emplearán en la presente investigación en otras instituciones. Con lo cual, la calidad es un atributo fundamental para promover ventajas competitivas en instituciones de educación superior. En ese sentido, las dimensiones de la calidad del servicio deberían considerarse en las estrategias de gestión educativa.

A nivel social, esta investigación se justifica en el beneficio que representaría para los gestores educativos en cumplir con el mejoramiento continuo de la calidad educativa como lo manifiesta la Ley Universitaria N° 30220. Los resultados posibilitarán conocer las deficiencias y carencias en el servicio académico recibido, a fin de poder elevar la calidad en el proceso de enseñanza – aprendizaje, con lo cual, se podría cumplir con las expectativas de los egresados. Al mejorar la calidad del servicio en el C.E., se generaría un mayor desarrollo económico y bienestar social. Finalmente, esta investigación beneficiará también a los egresados, ya que, con el análisis de la calidad del servicio, se podrá ofrecer una propuesta de valor educativa que cumpla con las expectativas de los egresados

para poder desempeñarse de manera favorable en el mercado laboral y de esa manera se logre la satisfacción.

Capítulo II: Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Ruíz, C. y Santos del Cerro, J. (2020) en su investigación denominada “Teaching quality: The satisfaction of university students with their professors” en España, tuvieron como objetivo indicar las variables más influyentes en la satisfacción de los estudiantes en relación a la calidad de la docencia. La metodología que desarrollaron fue cuantitativa, alcance descriptivo y diseño no experimental con una muestra de 476 estudiantes de administración.

Los resultados revelan que las características más determinantes para los docentes fueron: ser empáticos y expertos en su tema. Sin embargo, para los estudiantes, los rasgos deben centrarse en ser respetuosos y empáticos con ellos. La investigación concluye que las opiniones de los estudiantes no son consistentes y pueden variar según diferentes variables. Por ejemplo, argumentan que las preguntas en cuanto a la percepción general de los estudiantes académicos sobre el profesor tienden a producir puntuaciones más positivas que las específicas, independientemente del nivel real de eficacia en la enseñanza.

Esta investigación es relevante para el presente trabajo porque muestra los beneficios de una educación de calidad que permita a las universidades tener como propósito la formación constante de sus docentes teniendo en cuenta el rol crucial que presentan las competencias genéricas y pedagógicas en la interacción docente-estudiante.

Hwang, Y. y Choi. Y (2019) en su investigación científica publicada en *Social Behavior and Personality*, titulada “Higher education service quality and student satisfaction, institutional image, and behavioral intention”, presentaron como objetivo analizar las relaciones entre la calidad del servicio, la satisfacción de los estudiantes, la imagen institucional y la intención conductual en una

universidad privada ubicada en Corea del Sur. La metodología tuvo un enfoque cuantitativo con alcance correlacional. La muestra estuvo representada por 280 estudiantes de escuelas de negocios en la Universidad de dicha investigación.

Los resultados revelan la relación directa entre la calidad y la satisfacción de los estudiantes. Los estudiantes estuvieron satisfechos con las diversas dimensiones (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y garantía) de la calidad del servicio. La investigación concluye que los gestores educativos deberían analizar de manera continua la satisfacción de los estudiantes con respecto a la calidad educativa con la finalidad de mejorar la competitividad de los egresados.

Esta investigación aporta al presente trabajo, ya que muestra las dimensiones de la calidad del servicio y su influencia en la satisfacción académica de un grupo de estudiantes de la escuela de negocios de una universidad privada. A partir del modelo teórico SERVQUAL para el diseño de las preguntas, se podrá tomar como referencia los lineamientos generales sobre las dimensiones de calidad y la satisfacción, con la finalidad de poder realizar la investigación en el contexto educativo en una universidad privada de Lima.

Hassan, S. y Mohd, F. (2019), en la investigación “Measuring the Effect of Service Quality and Corporate Image on Student Satisfaction and Loyalty in Higher Learning Institutes of Technical and Vocational Education and Training”, tuvieron como finalidad determinar el nivel de la calidad del servicio educativo y la relación con la satisfacción y lealtad de los estudiantes de la Universiti Kuala Lumpur (UniKL), universidad que se encuentra en Malasia. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo, se recopiló la información a través de cuestionarios y la muestra estuvo conformada por 431 estudiantes.

Los resultados revelan que existe relación directa entre la calidad del servicio y de la satisfacción estudiantil. Adicionalmente, la satisfacción también tiene relación directa con la lealtad hacia la institución. La investigación demostró que la calidad del servicio educativo funciona como estímulo, al contarse con profesores capacitados y adecuada metodología de enseñanza. Además, se

estimularon las necesidades cognoscitivas y afectivas de los estudiantes, lo que derivó en una mayor satisfacción y lealtad. El estudio concluye que las opiniones de los estudiantes permiten identificar los estímulos referidos a calidad educativa a fin de incrementar la satisfacción.

Esta investigación aporta al presente trabajo porque muestra la relación directa entre la calidad del servicio y la satisfacción académica brindando un escenario para contribuir al análisis de dichas variables. De esa manera, se puede tener en cuenta los diversos factores que se deben mejorar en calidad educativa con la finalidad de incrementar la satisfacción de los estudiantes.

Rodríguez y Pérez (2018), en la investigación “Satisfacción del egresado respecto de su formación profesional”, tuvo como finalidad explicar la satisfacción de los egresados universitarios a través de factores intrínsecos y extrínsecos mediante la evaluación de la calidad del servicio. La investigación presenta un enfoque cuantitativo y de tipo descriptivo-correlacional con una muestra de 114 egresados de la Universidad de Quintana Roo (México). El estudio se basó en el modelo SERVQUAL (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, atención al usuario, empatía y enseñanza) considerando las percepciones de los egresados.

Los resultados revelan que el nivel de satisfacción de los egresados fue de 56.9%. Una de las causas principales fue que encontraron empleo a través de la calidad del servicio. El 42.11% de los egresados no se encontraron satisfechos con la formación académica recibida porque no se sintieron autorrealizados y no se generó satisfacción intrínseca. El 32.76% de los egresados menciona haber tenido algún problema para obtener empleo debido al contenido de los cursos con respecto a la demanda de competencias del mercado laboral, y el 61.76% considera que debido a la calidad educativa recibida pudo obtener empleo con facilidad. El porcentaje restante fue neutral. La investigación concluye que se presenta una correlación entre la satisfacción con la calidad del servicio educativo así mismo, las investigadoras sugieren diseñar un programa formativo atractivo para fortalecer las competencias de empoderamiento y autonomía de los estudiantes en sus prácticas preprofesionales, con lo cual permitirá a los egresados encontrar empleo, así como también brindar

seguimiento a la formación del egresado para obtener información enriquecedora para la mejora del diseño de los cursos. Para ello la metodología de enseñanza basada en resolución de casos prácticos será fundamental para que el aprendizaje responda a los requerimientos del mercado laboral y de esa manera se logre la satisfacción.

Esta investigación es relevante para el presente trabajo porque evidencia la problemática de conseguir empleo y para ello surge la necesidad de indagar sobre la calidad, con respecto al servicio brindado a través de programas que fortalezcan las competencias que demanda el mercado laboral, a fin de incrementar la satisfacción académica de los egresados.

Lamoyi, C., Sandoval, M. y Surdez, E. (2018), en su investigación denominada “Satisfacción estudiantil en la valoración de la calidad educativa universitaria”, tuvieron como objetivo identificar los factores de la satisfacción en los estudiantes de los programas de pregrado en los campus de Ciencias Económicas Administrativas y de Ingeniería de una universidad pública de México. Se enfocaron en componentes de calidad educativa como: el proceso de enseñanza-aprendizaje, la percepción del trato que reciben los estudiantes con las personas que lo rodean durante sus estudios, la infraestructura y la autorrealización. La metodología desarrollada tiene un enfoque cuantitativo, alcance descriptivo-correlacional y diseño no experimental-transeccional. La muestra fue de 80 estudiantes de una población de 7676 estudiantes de las facultades de Ciencias Administrativas e Ingeniería.

Los resultados revelaron que existe una relación directa con la calidad y la satisfacción. Se evidencio una correlación negativa entre el promedio y la dimensión de infraestructura ya que los estudiantes con altas calificaciones presentaron menor satisfacción con la infraestructura. Por otro lado, existe una correlación positiva entre el promedio y la autorrealización, lo que implica que a mejores calificaciones existe mayor autorrealización porque sienten que tendrán más oportunidades en el mercado laboral. La investigación concluye que la mayoría de los estudiantes presentan insatisfacción con alguna dimensión de calidad educativa y una cuarta parte siente total insatisfacción.

Los estudiantes tienen la percepción de que la autonomía se presenta en sus actividades y en las sesiones de clases ampliará su creatividad, con lo cual se sienten satisfechos debido a que les dará la oportunidad de brindar diversas soluciones y contribuirá a su desarrollo personal y profesional, otorgándoles mayores oportunidades en el mercado laboral. Este resultado presenta mayor evidencia en la dimensión de infraestructura donde se da el proceso de enseñanza-aprendizaje y concuerda con estudios que han evidenciado insatisfacción en la mejora de instalaciones, mobiliario y equipo.

Esta investigación es relevante para el presente trabajo porque permite resaltar la importancia de la calidad académica y su influencia con el estudiante, además de relacionar el grado de satisfacción académica como guía para la gestión de calidad del servicio. También hace posible identificar las características de la satisfacción para reducir las brechas existentes entre ellas, puesto que la satisfacción ayuda al rendimiento académico, fortalece la imagen y el prestigio de la institución.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Ruíz, D. (2019), en su tesis “Percepción de calidad de servicio de enseñanza en alumnos de la facultad de ciencias empresariales de una universidad privada en Lima metropolitana”, tuvo como finalidad describir la calidad del servicio educativo utilizando un instrumento de evaluación basado en el modelo SERVQUAL, analizando dimensiones a través de las percepciones, las cuales se relacionan con la satisfacción de los estudiantes. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo y de tipo descriptivo. La muestra estuvo conformada por trescientos estudiantes y se realizaron encuestas.

Los resultados revelaron que el 24.3% de los encuestados se encontraban satisfechos con la calidad del servicio educativo. Con ello se comprobó, que menos del 25% de los encuestados no estaban satisfechos. Las dimensiones más valoradas de la calidad fueron aquellas relacionadas a la confiabilidad del servicio, como la competencia del docente en el desarrollo del contenido del curso con casos prácticos, en los cuales se valoró que el contenido sea útil para el desarrollo profesional, así como la actitud del docente en promover la participación de sus estudiantes. La tesis concluye que

existe una relación entre la percepción de sus estudiantes y la satisfacción. Con la finalidad de tener conocimiento sobre las dimensiones que necesitan ser atendidas para mejorar la calidad y la satisfacción de los estudiantes.

Esta tesis es importante para la presente investigación porque brinda un instrumento de evaluación, a través del modelo SERVQUAL, que será una guía para estudiar las características de la calidad del servicio y la satisfacción académica de los egresados. Además, la muestra en la que se analizaron las variables también pertenece a la Facultad de Ciencias Empresariales en una universidad privada de Lima, con lo cual los resultados contribuyen a seguir aportando investigaciones dirigidos al mismo perfil de usuarios del servicio de calidad.

Lachira y Martínez (2018), en la investigación: “Calidad del servicio y satisfacción de los egresados de la carrera de Administración de Empresas en una universidad privada de Trujillo”, tuvo como finalidad determinar la relación entre la calidad y satisfacción de los egresados. El estudio tuvo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo-correlacional. La muestra estuvo representada por 24 egresados de la carrera de administración de empresas. Se analizó el nivel de satisfacción con respecto a las dimensiones de calidad, basándose en el modelo SERVQUAL. Se realizó encuestas para poder determinar la relación entre las dos variables.

Los resultados revelan que el 45.83% de los egresados presentan un nivel de satisfacción bajo y el 37.50% presentan un nivel medio de satisfacción. Con ello se determina que la mayoría de egresados se encuentran insatisfechos con los servicios que ofrece la universidad privada de Trujillo. La tesis concluye que existe una relación positiva entre las variables calidad de servicio y satisfacción. Como recomendación, los investigadores sugieren que deben realizar estrategias de mejora con la finalidad de generar bienestar a la comunidad universitaria.

Esta investigación aporta al presente trabajo porque muestra la importancia de obtener valiosa información a partir de los egresados. Con dicha información, se conocerá sobre las demandas y

requerimientos del mercado laboral para que los gestores educativos puedan tener la posibilidad de realizar mejores estrategias a fin de mejorar la calidad educativa.

Ferreira, A. (2018), en su tesis: “La calidad de los servicios educativos y la satisfacción del estudiante extranjero de la Universidad Peruana Unión Lima, 2017”, tuvo como finalidad determinar el nivel de calidad educativa y su relación con la satisfacción. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, descriptivo-correlacional. La muestra estuvo representada por 159 estudiantes. Se realizaron encuestas y para ello las preguntas se estructuraron sobre la base del cuestionario de calidad del servicio del modelo SERVQUAL.

Los resultados revelan que el 30.80% de los estudiantes se encontraron satisfechos con la calidad educativa que ofrece la Universidad, 49.60% mostró una posición neutral y 19.70% de estudiantes se encontraban insatisfechos. La tesis concluye que existe relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes. Como recomendación, el investigador sugiere realizar encuestas basadas en el modelo SERVQUAL, además de realizar entrevistas durante y al finalizar cada ciclo académico con el fin de identificar si el servicio brindado cumplió con las expectativas, con lo cual, se mejoraría la satisfacción.

Esta tesis es relevante para la presente investigación, porque nos muestra la importancia de realizar seguimiento a las opiniones y sugerencias de los usuarios del servicio educativo, ya sea a través de encuestas o entrevistas, con la finalidad de poder mejorar la satisfacción académica y la calidad del servicio.

Basantes, R. (2017), en su tesis doctoral “Modelo ServQual Académico como factor de desarrollo de la calidad de los servicios educativos y su influencia en la satisfacción de los estudiantes de las carreras profesionales de la Universidad Nacional Chimborazo Riobamba – Ecuador”, tuvo como finalidad indicar el grado de influencia del modelo ServQual académico en la satisfacción de los estudiantes de la universidad nacional de Chimborazo Riobamba- Ecuador. Se tomó una muestra

de 819 estudiantes de diversas carreras profesionales. La metodología tiene un enfoque mixto, alcance descriptivo-explicativo y diseño no experimental.

Los resultados revelan que existe una relación directa entre la calidad y la satisfacción estudiantil de las carreras profesionales. Además, consideran la relación entre docente y estudiante como: el desempeño, disposición, metodología y planificación, para garantizar resultados fiables. La tesis concluye que, a mayor calificación en la calidad de los servicios educativos, mayor será la satisfacción, siendo las dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía del Modelo ServQual Académico, con los cuales la calidad y la satisfacción de los estudiantes influyó de manera positiva y significativa.

Esta tesis es importante para la presente investigación, porque se basa en el modelo ServQual el cual será utilizado para describir las características de la calidad del servicio y la satisfacción académica que más valoran los egresados, además de identificar la demanda del mercado laboral en función al perfil para la formación de competencias del estudiante y de esa manera puedan lograr cubrir las necesidades de logro y expectativas que exigen las instituciones públicas o privadas.

López, F. (2015), en su tesis “Calidad de servicios educativos y la satisfacción de estudiantes de administración de las universidades de la región Junín”, tuvo como objetivo explicar la relación existente entre la calidad de los servicios educativos y la satisfacción de los estudiantes, con una muestra de 354 estudiantes. La metodología desarrolla un enfoque cuantitativo, alcance descriptivo-correlacional.

Los resultados evidencian el nivel de satisfacción de los estudiantes de administración respecto a la calidad de los servicios educativos. El 8,99% representado por 100 estudiantes manifiestan que el nivel de la calidad de los servicios educativos es regular, 93 estudiantes sostienen que la calidad es buena y el servicio es regular, 34 estudiantes sostienen que la calidad de los servicios y la satisfacción son adecuados, 22 estudiantes indican que la calidad tiene un buen nivel. Sin embargo, la satisfacción es regular ya que 18 estudiantes afirman que la calidad y la satisfacción no

son adecuados, 11 estudiantes afirman que la calidad del servicio y la satisfacción son muy buenos, 6 estudiantes señalan que la calidad es mala y la satisfacción es regular. Finalmente, 6 estudiantes señalan que los servicios de calidad son malos y la satisfacción es buena. La tesis concluye que existe una relación directa y significativa entre la calidad de los servicios educativos y la satisfacción de los estudiantes de la facultad de administración. Además, se recomienda el modelo SERVQUAL, el cual es un método para medir la calidad.

Esta tesis es importante para la presente investigación porque se basa en la relación de la calidad y la satisfacción académica de los estudiantes de algunas universidades de Junín. Además, resalta la importancia de la satisfacción de los estudiantes frente a los servicios que ofrece la universidad como: el nivel educativo y personal docente.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Calidad en el servicio

2.2.1.1. Evolución del concepto de calidad

El concepto de calidad ha ido cambiando según el contexto de la historia. Se mencionarán definiciones de autores sobre calidad, los cuales han aportado con investigaciones para mejorar la calidad. Crosby(1988), define a la calidad como al cumplimiento de las especificaciones del producto y/o servicio. En ese sentido, la calidad se asocia a que las organizaciones deberán cumplir con su oferta de valor y no incidir en el error, con la finalidad de que los clientes puedan percibir una buena calidad. El autor aportó la herramienta del diagrama de Crosby mediante la cual se analizan los procesos y los recursos que participan en el ciclo de valor para brindar un producto y/o servicio.

Juran (1990) define a la calidad como adecuación para el uso. En ese sentido, el nivel de calidad estaba asociado con la conformidad de las características que el cliente reconocía en el producto y servicio para la generación de su beneficio al adquirirlos. El autor aportó la herramienta Pareto, en honor a Vilfredo Pareto, la cual identificaba los principales problemas. Posterior a ello,

Ishikawa (1991) define a la calidad como la forma de ofrecer un producto y/o servicio que les sea útil a los clientes.

2.2.1.2. Calidad en el servicio en el entorno académico

Castro, Rivera y Yamada (2012) mencionan que la calidad en la educación es definida como la capacidad para alcanzar un propósito. En ese sentido, se hace referencia a que luego de recibir los procesos de aprendizajes, los estudiantes adquirirán diversos conocimientos y competencias, con los cuales tendrán la capacidad de desempeñarse adecuadamente en el mercado laboral aportando soluciones y resolviendo tareas complejas. Para lograr dicho resultado, la institución educativa deberá realizar una adecuada gestión en sus procesos y realizar mejoras continuas en el servicio académico que ofrece.

Para Huapaya (2019), el concepto de calidad asociada a la educación se define como la gestión adecuada de los procesos a fin de obtener un adecuado producto que vendría a ser el resultado equivalente de cubrir las necesidades de formación que requiere el estudiante para poder responder al mercado laboral, lo cual implica saber enfrentar los cambios para fomentar la innovación, investigación y competitividad. De esa manera, se formarían a estudiantes que puedan ser profesionales competentes para aportar al desarrollo del país.

Carranza (2016) menciona que las instituciones de educación superior en el Perú se desenvuelven siguiendo los lineamientos de la Ley Universitaria N° 30220 y de la Ley del Sistema Nacional de Evaluación de la Calidad Educativa (SINEACE), principalmente para validar la calidad en el servicio académico que ofrecen las instituciones educativas.

Para la mejora continua de la calidad, Fonseca (2019) menciona al Ciclo de Deming como una herramienta fundamental que deberá ser considerada en la gestión educativa. Esta herramienta genera acciones para buscar niveles más altos de calidad se deberá tomar en cuenta cuatro fases: planificación, realización, verificación y actuación. De esa forma, se plantean objetivos, se realizan

procesos en la gestión y se valida el resultado con ello se corrige o aplica nuevas estrategias creándose un ciclo de mejora continua.

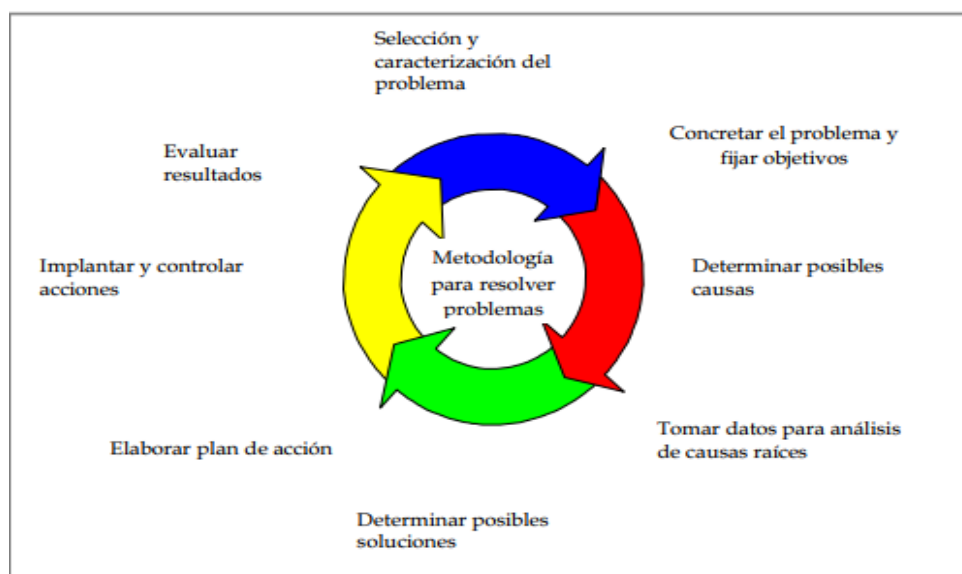


Figura 1. Rueda de Deming

Fuente: Página Web <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/mejora-continua>

En concordancia con lo mencionado por Díaz-Barriga (2014), para que exista calidad académica la Institución deberá diseñar un programa académico orientado a fortalecer las competencias de los egresados a fin de que se puedan desenvolver de forma adecuada en el mercado laboral. En ese sentido, se debe considerar el planteamiento perfil profesional del egresado, análisis de las competencias demandas en el mercado laboral, organización de las competencias y su relación con las materias y la organización del programa. Considerando dichos procesos, se podría fortalecer las competencias de los egresados para desempeñarse de manera adecuada y sentir satisfacción académica.

La Ley General de Educación N°28044 define a la calidad como el nivel óptimo que deberían obtener las personas para afrontar retos del desarrollo humano. En ese sentido, la calidad hace referencia al adecuado nivel de formación que deberían tener las personas para poder afrontar los

requerimientos que la sociedad demande, pudiendo desenvolverse de manera adecuada poniendo en práctica sus conocimientos y habilidades.

Dentro del marco de la Ley universitaria peruana N.º 30220 en el año 2014 fue creada la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU), siendo la Institución responsable de llevar a cabo el proceso de licenciamiento, para asegurar la existencia de condiciones básicas de calidad (CBC) en la enseñanza de las universidades, considerando principalmente diecisiete pilares, dentro de los cuales encontramos a la pertinencia. Para La Ley Universitaria es fundamental considerar la pertinencia de la enseñanza con la realidad de la sociedad para incentivar el desarrollo del país. UNESCO define a la pertinencia como el nivel de significancia en la educación superior con respecto a las necesidades que la sociedad demanda. Con lo cual deberá existir correspondencia entre las necesidades sociales con los programas educativos para fomentar el desarrollo nacional. En ese sentido la pertinencia se refiere a la relación entre la enseñanza brindada por la institución educativa y la capacidad para desenvolverse en el mercado laboral, atendiendo a las necesidades que demanda el contexto global.

Gleason (2018) define a la pertinencia como relación entre plan de estudios, perfil de ingreso y egreso. Mencionando que se debe realizar un estudio o seguimiento para identificar la relación entre los programas educativos y el mercado laboral. De esa manera, detectar si verdaderamente lo aprendido en las instituciones de educación superior contribuyen con el desarrollo profesional.

Moscoso (2019) define a la pertinencia como la función que la educación superior ejecuta para responder a las necesidades de la sociedad generando desarrollo y bienestar. La pertinencia se basa principalmente en: valor del programa, utilidad del programa, impacto y expectativas profesionales. En ese sentido, las instituciones de educación superior deben revisar y actualizar de manera continua el contenido del programa de estudios, así como recoger información referente al mercado laboral ya que no es suficiente adquirir conocimientos propios de la carrera sino también competencias para poder desenvolverse de manera adecuada a las demandas laborales.

En el presente trabajo de investigación, se consideró el modelo ServQual debido a que el concepto de pertinencia se encuentra de manera implícita en las categorías de la variable calidad del servicio académico.

2.2.1.3. Modelo ServQual

A partir del año 2000, la calidad empieza a ser un requisito indispensable en un producto y/o servicio para que pueda ser comercializado en el mercado. Con el fin de incrementar la lealtad de los servicios y atraer nuevos usuarios, distintos investigadores se enfocaron en diseñar instrumentos que midan la calidad del servicio. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) crearon el modelo ServQual (service of quality) como resultado de una investigación que permitiría ofrecer una herramienta de medición general aplicable a organizaciones de diversos sectores económicos. El modelo se fundamenta en la premisa de que los clientes logren evaluar la calidad del servicio de una organización al comparar las expectativas (antes de la experiencia del servicio brindado) con las percepciones del servicio (después de la experiencia del servicio brindado).

Según Ferreira (2018), las diferencias entre la expectativa y percepción usando este modelo permiten evaluar la calidad del servicio en cada criterio, a fin de identificar en qué parte del proceso difiere de manera relevante la expectativa del cliente y la percepción del servicio. La calidad en el servicio se refleja en la satisfacción de los usuarios de una organización después de haber experimentado con el producto y/o servicio recibido y que cumpla con los requisitos mínimos de calidad requeridos. La buena calidad que brindan las organizaciones crea fidelidad y futuras opiniones positivas para posibles clientes. Por ende, es muy importante la relación entre la organización y los clientes para conocer: las percepciones, expectativas y sugerencias del producto y/o servicio.

El modelo ServQual fue diseñado por la carencia de una adecuada información sobre la realidad problemática asociada al del nivel de calidad del servicio con respecto a las características intrínsecas de los servicios brindados por las empresas.

En el cuadro líneas abajo se muestra el modelo:

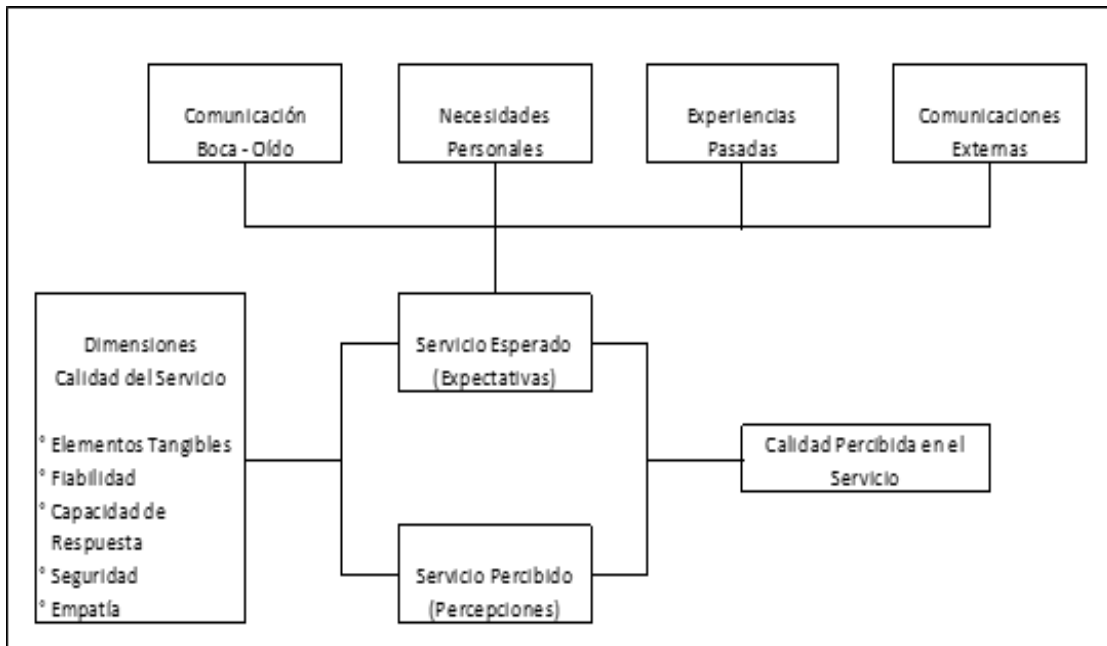


Figura 2. Evaluación del usuario sobre la calidad del servicio.

Fuente: Calidad total en la gestión de servicios. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993).

La calidad del servicio se lograría cuando la percepción del servicio recibido sea igual o superior a las expectativas. Es decir, el alto nivel y bajo nivel de calidad del servicio dependerían de la percepción de los clientes sobre las características en las cuales se realizó el servicio recibido (Parasuraman, et al. 1993).

El modelo ServQual identifica las diferencias de calidad del servicio sobre las percepciones y las expectativas del usuario. Así mismo, se califica positivamente o negativamente la calidad de un servicio según su percepción del cliente, ya sea superior o inferior a las expectativas que se habían fijado. Por lo tanto, las empresas que tienen por objetivo su liderazgo en la diferenciación de su servicio, deben poner énfasis en superar las expectativas de sus clientes dando un valor agregado a la calidad del servicio. Matsumoto (2014) define a las expectativas como las ideas referenciales sobre la utilidad y rendimiento del servicio. También se refiere a las percepciones como las valoraciones del servicio recibido sobre la base de la apreciación de las cinco dimensiones de la calidad del modelo ServQual.

Parasuraman (1993), detalla sobre los elementos que componen la formación de las expectativas y las referencias (boca-oído), las cuales forman parte de las expectativas por medio de las opiniones de amigos y/o familiares. Por ejemplo, cuando se desea adquirir un servicio, las personas tienden a preguntar sobre las experiencias del servicio brindado y optarían por fuentes de información cercanas a su entorno, los intereses propios también forman parte de las expectativas. En ese sentido, dependerá de las circunstancias y condiciones de cada persona así también las experiencias anteriores forman parte de las expectativas. Si la persona estuvo a gusto y el servicio fue de su agrado su recuerdo será positivo y es posible que vuelva a adquirir el servicio generando una expectativa alta.

El modelo ServQual es utilizado en un cuestionario para evaluar la calidad del servicio que se fundamenta en cinco dimensiones: Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía (Parasuraman, et al. 1993).

Dimensión	Significado
Elementos Tangibles	Presentación de las instalaciones físicas, estado de los equipos y materiales.
Fiabilidad	Habilidad de prestar el servicio prometido y cumplir con las características ofrecidas.
Capacidad de Respuesta	Disposición de servir a los usuarios y orientarlos de forma rápida sin tenerlos en espera.
Seguridad	Conocimiento del servicio prestado y capacidad de transmitir confianza. El usuario siente que el servicio es útil.
Empatía	Atención personalizada al usuario.

Tabla 1. Significado de las dimensiones del modelo ServQual.

Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry. Calidad Total de la Gestión de Servicios. México, p.p. 29-30

Este modelo identifica los componentes y factores que se asocian en la prestación del servicio del Centro de empleabilidad, así como la secuencia que conduce hasta finalizar el servicio.

En el modelo ServQual, todos los elementos se dirigen al núcleo del modelo, los cuales se identifican como los momentos de la verdad (Koenes, A., 1998, p.35). En ese sentido, los momentos de verdad vendrían a ser el acto en el cual la prestación del servicio se hace realidad. Para el presente trabajo de investigación, el momento de verdad sería percibido y evaluado por los egresados del Centro de empleabilidad.

El objetivo de un modelo de prestación de servicios es obtener niveles positivos de satisfacción para los usuarios del servicio. (Koenes, 1998, p.p. 35-36). En el diseño del servicio se tomaría en cuenta las siguientes consideraciones: (i) Pensar en el momento del “encuentro del servicio” y brindar una buena prestación del servicio a los egresados del Centro de empleabilidad de la Facultad de Negocios en una Universidad Privada de Lima. (ii) La ejecución del proceso productivo es sistemático, para ello se deben incluir todos los elementos y características que den valor agregado para la total satisfacción académica de los egresados del Centro de empleabilidad de la Facultad de Negocios en una Universidad Privada de Lima.

Los objetivos de las instituciones proponen ciertas líneas de actuación que condicionan los aspectos de la empresa, relacionando de forma directa o indirecta con los servicios que brinda la organización. Para el presente trabajo de investigación, el objetivo del Centro de empleabilidad es brindar un servicio académico en el cual los egresados construyan aprendizajes sobre la base de metodologías pedagógicas y fortalecer sus competencias en habilidades blandas y conocimiento cognitivo para fortalecerlos y así poder desenvolverse adecuadamente en el mercado laboral.

Los usuarios del servicio tienen expectativas y sobre ello luego realizan la evaluación de la calidad. Koenes (1998) define a las expectativas como un grupo de posibles resultados que esperan los usuarios los cuales se deduce de la prestación del servicio. Los niveles de expectativas de acuerdo

a (Rust, Zahorik, & Keiningham, 1996) son: expectativas ideales, expectativas que deberían ser y expectativas esperadas. Las expectativas ideales refieren a las situaciones que debería suceder en el mejor de los escenarios (satisfaciendo y cubriendo las necesidades, deseos y expectativas de toda índole de los usuarios del servicio). Esto es el parámetro de excelencia.

En el Centro de empleabilidad, los egresados esperan recibir en el servicio académico, las últimas tendencias en la especialidad de negocios para ser: competitivos, eficientes y eficaces en las organizaciones. Además, esperan contar con un adecuado ambiente para recibir las capacitaciones, horarios flexibles, herramientas pedagógicas, herramientas virtuales durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, docentes capacitados y con experiencia en el mercado laboral.

La presente investigación asume la definición de Parasuraman, Zeithalm y Berry (1993), quienes mencionan a la calidad como el resultado de comparar las expectativas del usuario con respecto a sus percepciones luego de recibir el servicio. En ese sentido, la calidad del servicio es la diferencia de la expectativa de los usuarios con la estimación de lo que perciben. Esta medición se hace a través del modelo SERVQUAL, el cual emplea un cuestionario estándar de medición que se puede adaptar a las necesidades o requerimientos de una institución. Esta definición implica identificar brechas y fomentar la toma de acciones correctivas orientadas a la mejora continua. También precisa cinco dimensiones referentes al juicio de valor que usan los usuarios para determinar la calidad de un servicio: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Estos criterios constituyen la categoría de la variable, por lo que a continuación se detalla cada una de ellas.

2.2.1.3.1. Fiabilidad

Prieto & Delgado (2010) señalan que fiabilidad se asocia a la coincidencia de las características del servicio ofrecido y brindado.

Suárez (2015) cita a Muñoz Machado (1999) quien define la fiabilidad como la destreza para efectuar el servicio ofrecido de forma correcta y cuidadosa.

Suárez (2015) menciona que en el ámbito educativo se debe considerar tanto el cumplimiento de horarios y se debe alcanzar todos los temas establecidos en la sesión de clase acorde a los sílabos, como es el caso de la prestación de servicio a los egresados en el centro de empleabilidad en la organización en la que se realiza la presente investigación, la cual engloba desde el compromiso del personal administrativo para cumplir con los procesos establecidos, la disposición de los docentes y los conocimientos impartido en las sesiones de aprendizaje, así como también el contenido actualizado y la importancia de los mismos en su desarrollo personal y profesional. Complementando esta idea, Ferreira (2018) menciona que la fiabilidad es la facultad para brindar el servicio prometido de forma confiable y precisa a los usuarios.

Churampi (2016) señala que se debe considerar el interés de la institución para resolver alguna inquietud y la seguridad de la respuesta que brinda para el usuario, así como la utilidad que genera el solucionar alguna duda o inconveniente. Según Druker (1990), dentro de sus cinco dimensiones, define la fiabilidad como: la capacidad que debe poseer una institución que ofrece un servicio, para brindarlo de forma confiable, segura y correcta desde el primer momento de la atención. Además, precisa que el cliente debe detectar la capacidad de respuesta y los conocimientos de los profesionales de toda la institución.

2.2.1.3.2. Elementos Tangibles

Zeithalm, Parasuraman y Berry (1993) definen a los elementos tangibles como: el aspecto de la infraestructura, de los equipos, de los materiales de comunicación, la apariencia del personal y la calidad en la docencia universitaria. En ese sentido, los elementos tangibles que perciben los egresados cuando desarrollan sus sesiones de clase en el Centro de Empleabilidad serían: la infraestructura del aula, las herramientas adicionales que utilizan los docentes y que son brindadas

para complementar su proceso de enseñanza-aprendizaje (materiales didácticos, acceso a base de datos virtuales).

Ortiz y Mejías (2017) mencionan que los elementos tangibles están conformados por la presentación del material educativo. En relación con ello, si se aplica a las sesiones presenciales, se asociaría al material físico entregado y en las sesiones virtuales se relacionarían a las presentaciones de las plataformas virtuales (Zoom, Microsoft Teams) y la presentación de las diapositivas.

Ferreira (2018) menciona que los elementos tangibles comprenden el equipamiento de la biblioteca y laboratorios de las instituciones de enseñanza superior. En tal sentido, se debería tener en cuenta el acceso a la base de datos online de la biblioteca y la plataforma laboral que ofrece la institución, así como a herramientas colaborativas virtuales para poder desarrollar el proceso de enseñanza-aprendizaje. También menciona que el docente debe tener una impecable presentación en sus sesiones de clases.

Los elementos tangibles son empleados a fin de acreditar la imagen de la institución con el objetivo de que los estudiantes perciban la calidad, a menudo las instituciones unen los elementos tangibles con otras dimensiones para establecer una estrategia de calidad (Bitner & Zeithaml, 2002).

2.2.1.3.3. Capacidad de Respuesta

Parasuraman y Berry (1993) definen a la Capacidad de Respuesta como la predisposición para ayudar con rapidez a los usuarios. Esta afirmación se complementa con Ferreira (2018) quien la define como la consideración y la rapidez de respuesta a las solicitudes, consultas, quejas y reclamos del usuario. En el presente trabajo de investigación se podría reflejar en la habilidad del profesor en responder de manera rápida y eficaz las dudas o consultas y a la respuesta eficaz del personal administrativo, cuyo deber es apoyar y guiar a los egresados que se inscriben en los programas del Centro de Empleabilidad, en los diversos trámites que estos tengan que realizar durante su paso por la Institución.

Mejías (2005) señala que la capacidad de respuesta se traduce como la disposición y voluntad de la institución para apoyar al usuario. Por ejemplo, el personal que presta el servicio nunca se muestra ocupado o saturado cuando el usuario pide apoyo. Otro caso podría ser el tiempo de respuesta frente a una consulta al docente o al personal administrativo, ya sea por correo o de forma presencial. Así también, se menciona el tiempo estimado que el personal administrativo se compromete a enviar la información sobre un curso o las respuestas a las solicitudes de trámites. Además, se hace referencia al cumplimiento del tiempo en que el docente se compromete a entregar el material de clase, que podría considerarse como las diapositivas del curso, material bibliográfico a consultar y a entrega del reporte de avance del curso y notas.

Torres y Vázquez (2015) mencionan que la dimensión de capacidad de respuesta, consiste en el apoyo dispuesto por el personal ante cualquier dificultad que el usuario presente y también al esfuerzo para brindar una respuesta rápida con el objetivo de que el usuario perciba el interés y el compromiso de ayudarlo, generándole una mejor experiencia.

2.2.1.3.4. Seguridad

Journal of Services Research (2006) conceptualizó a la seguridad como el conocimiento, el trato amable y la capacidad de transmitir veracidad del personal que ejerce el servicio, la cual se asemeja a la de Ferreira (2018) que la define como la habilidad de proyectar confiabilidad y cortesía al usuario. También Parasuraman y Berry (1993) definen a la seguridad como la ausencia o falta de peligros, riesgos o dudas.

Mejías (2005) señala que la dimensión seguridad se relaciona con la capacidad de los docentes para inspirar credibilidad. De esa forma, se aprecia el nivel del conocimiento y experiencia que muestran los docentes al momento de realizar las sesiones de clases, la habilidad en su metodología de enseñanza y la capacidad para poder resolver las preguntas, respondiendo de manera verídica con datos actualizados. También se considera la capacidad de los docentes de transmitir y demostrar el conocimiento o dominio del tema, además de saber realizar una adecuada estrategia de enseñanza a

través de análisis y estudio de casos para desarrollar la integración de la teoría y la práctica. Los docentes propician un aprendizaje basado en la resolución de problemas y la participación grupal para que el usuario del servicio sienta la seguridad de que el aprendizaje es significativo y útil para su vida personal y profesional.

Para Farfán (2015), la evaluación que realizan los estudiantes en la dimensión seguridad, manifiesta el deseo o aspiración que tienen por contar con profesionales en la institución educativa capaces de brindar una sensación de confianza generando vínculos que conlleven al desarrollo de la clase, basándose en conocimientos que brinden credibilidad, confianza y seguridad en el servicio educativo.

2.2.1.3.5. Empatía

Arambewela y Hall (2006) mencionan que la empatía es la preocupación y la atención individual que se le presta a cada uno de los usuarios. Aplicando esta dimensión al contexto educativo, se podría hacer referencia en relación a la predisposición del personal administrativo y los docentes en apoyar de manera precisa y con vocación de servicio al egresado que recibe el servicio académico en el Centro de Empleabilidad.

Mejías (2005) menciona que la organización de los horarios para los cursos académicos es fundamental en la dimensión empatía. Se debe considerar la disposición horaria que tendría el grupo objetivo para que pueda asistir a las sesiones de aprendizaje y se les facilite la carga horaria y académica. Si se trata de un grupo de estudiantes que trabaja durante el día, lo más razonable sería realizar sesiones de clase durante la noche con la finalidad de que la asistencia sea constante durante el desarrollo del curso.

Torres y Vásquez (2015) mencionan que el personal muestra interés por las necesidades de los usuarios del servicio. Además, presentan la capacidad de escuchar activamente, les brindan apoyo y atención amable al momento de realizar una solicitud o consulta, analizando cada caso de forma

particular. Zeithaml y Bitner (2002), definen empatía como la atención personalizada y adecuada para tratar a los usuarios, adquiriendo un compromiso.

Farfán (2015) afirma que la empatía en una institución educativa implica que los estudiantes tengan la confianza de tratar con docentes y personal administrativo que presenten capacidad de percibir empatía hacia ellos. Esto permitirá brindar comprensión recíproca, logrando una comunicación respetuosa y asertiva.

2.2.2. Satisfacción Académica

El origen de la palabra satisfacción proviene de la raíz etimológica *satis* y *facere*, procedentes del latín, que significa suficiente y producir (Yi, 1989). A lo largo de la historia, la satisfacción ha sido definida por diversos autores ya que ha sido investigada para aportar a diversos conocimientos de las ciencias administrativas, psicológicas y educativas.

Reilly y Westbrook (1983) consideran a la satisfacción como un estado emocional originado por un proceso de evaluación, luego de comparar las percepciones con las respuestas a las necesidades sobre un objeto, acción o condición. Cortada y Woods (1995) se refiere a la satisfacción como a la sensación de cumplimiento que ofrece un producto y/o servicio al igualar o superar las expectativas que tenía una persona luego de evaluar la experiencia.

Herzberg (1966), define a la satisfacción como la actitud favorable de una persona como respuesta hacia el cumplimiento de sus expectativas con respecto a las actividades que realiza, las cuales son generadas por factores intrínsecos (condiciones personales), mientras que la insatisfacción sería causada por factores extrínsecos (condiciones del entorno). Esta definición implica analizar los factores que generan dicha actitud, lo cual es conveniente para la presente investigación al basarse en el modelo de la Teoría de los Dos Factores para profundizar sobre la satisfacción e insatisfacción académica presentada en los egresados. Esta teoría fue propuesta por Frederick Herzberg y sustenta la presencia de dos factores fundamentales analizando la existencia de algunos factores que se relacionan con la satisfacción y la ausencia de otros que producirían insatisfacción.

Molina (2016) define a la satisfacción como el estado de armonía mental generado por la realización de actividades que contribuyen a cubrir las necesidades o deseos que tiene una persona. Dicho estado motiva a la persona a indagar sobre nuevas formas para mantener o incrementar los niveles de satisfacción ya que siempre estarán en la exploración de nuevas expectativas.

Medrano y Pérez (2010), definen a la satisfacción académica como el estado de bienestar que presentan los estudiantes cuando: las clases despiertan el interés por aprender, el contenido del curso incentiva la motivación, existe confianza con sus profesores para realizar preguntas, el servicio académico cumple con las expectativas, los docentes promueven la participación, sienten que lo aprendido les servirá para su vida profesional y personal.

Del Valle, Diaz, Pérez y Vergara (2018), definen a la satisfacción académica como un proceso de evaluación el cual está influenciado por atributos que presenta el centro de estudios en cuanto al ambiente que lo rodea, así como la manera en que los estudiantes perciben y valoran su aprendizaje. En ese sentido, el estudiante presenta satisfacción académica cuando existe una evaluación positiva sobre las experiencias relacionadas con sus actividades académicas.

Bravo, Casas y Tobón (2016) definen a la satisfacción académica como al estado placentero generado por cursar un programa de estudios los cuales se encuentran con un alto nivel de identificación, lo que impulsa a la persona a seguir desarrollándose e incrementar sus conocimientos debido a que disfruta lo que realiza en ella.

Surdez, Sandoval y Lamoyi (2018) definen a la satisfacción académica como el estado de bienestar que presentan los estudiantes al sentir que han cubierto sus expectativas como resultado de la gestión que lleva a cabo la institución para responder a sus necesidades académicas. Por otro lado, también se ha definido a la satisfacción en el ámbito educativo como un estado emocional. Aspajo, Meza, Novoa, Roque y Toro (2018), definen a la satisfacción como al estado emocional favorable resultado de la apreciación entre sus experiencias y su entorno, influenciada por factores intrínsecos (condiciones psicológicas) y extrínsecos (condiciones del entorno).

Se asume la definición de Bernal, Lauretti, y Agreda (2016), quienes se basaron en la investigación de Frederick Herzberg (1966), la cual define a la satisfacción académica como el estado placentero generado por estudiar y realizar actividades relacionadas con la carrera. Dichas actividades logran el involucramiento en que la persona se interese de manera continua en seguir aprendiendo nuevos conocimientos y desenvolverse de manera adecuada en el entorno personal y laboral. Se hace referencia a que existen dos factores inherentes a la satisfacción académica como son los factores intrínsecos (relacionados con las condiciones internas de la persona como la identificación y agrado por la carrera, autorrealización), y los factores extrínsecos (relacionados con las condiciones del entorno como por ejemplo las relaciones interpersonales programación y contenido del programa, que de no ser adecuadamente gestionados por la Institución causan abandono o deserción en los estudiantes). Estos factores constituyen las categorías de la variable satisfacción académica, por lo que a continuación se detallan cada una de ellos:

2.2.2.1. Factores intrínsecos o motivadores

Según Herzberg (1966) define a los factores intrínsecos como aquellos factores que generarán satisfacción al presentar un alcance particular y emocional en las personas. Son llamados también factores motivacionales. La adecuada gestión de factores intrínsecos generará mayor nivel de satisfacción. Los principales elementos relacionados a esta categoría son: reconocimiento, sensación de avance, comodidad con las tareas realizadas, sentido de compromiso y crecimiento.

Según Chiavenato (2007), quien se basó en la Teoría de los Dos Factores de Herzberg (1966), define a los factores intrínsecos como aquellos que están asociados al contenido de las actividades que las personas realizan, por lo que estos factores se encuentran bajo el control de las mismas, ya que generan satisfacción a través de cubrir las necesidades individuales de autorrealización y estima. En ese sentido, implica profundizar en el enriquecimiento del contenido de la actividad que realizan las personas para motivar los sentimientos individuales. Los factores intrínsecos son: delegación en

las actividades, sentido de responsabilidad, reconocimiento, autonomía para tomar decisiones, enriquecimiento de conocimientos.

López (2014) menciona que los factores intrínsecos son aquellos que están relacionados a las actividades que realizan las personas y su desempeño. También se involucra a los sentimientos asociados al desarrollo personal, autorrealización, compromiso, y balance emocional.

Se han propuesto diversas estrategias para lograr la satisfacción de los estudiantes. Una de ellas ha sido a través de los factores intrínsecos asociados a la sensación de avance y reconocimiento que sienten los estudiantes en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Por ejemplo, Estrada y García (2012) proponen como estrategia para desarrollar la satisfacción a través de los factores intrínsecos, poner en práctica programas que fomenten el desarrollo profesional debido a que las personas se sienten satisfechas por el incremento en sus conocimientos y por sentirse con mayores habilidades para desenvolverse mejor en el mundo laboral. Bejar, Gamarra y Pariona (2015) hacen mención a estrategias educativas para incentivar la satisfacción a través de factores intrínsecos. El interés por la actividad es importante dentro de los factores intrínsecos de la satisfacción, ya que si un estudiante encuentra interés y agrado en las tareas que ejecuta cuando va adquiriendo nuevos conocimientos, traerá como consecuencia la generación de satisfacción.

Bravo, Casas y Tobón (2016) definen a los factores intrínsecos como aquellas condiciones vinculadas hacia la realización de las actividades que el estudiante realiza y están en su control. Dichas condiciones implican sentimientos asociados con el desarrollo académico y compromiso. Cuando son favorables generan felicidad al estudiante y los impulsa a continuar estudiando en la búsqueda de nuevos conocimientos para enriquecer su carrera y poder desenvolverse mejor en el mercado laboral.

Surdez, Sandoval, Lamayori (2018) indican que los estudiantes se sienten muy satisfechos cuando perciben autonomía al realizar sus actividades académicas y usando son protagonistas de su

propio aprendizaje. Por ello, la gestión educativa de la universidad está orientada a formar estudiantes proactivos y ello conllevaría a un mayor desarrollo a su autorrealización. Asimismo, es de vital importancia el contenido del programa académico para alentar el interés de los estudiantes, de manera que se sientan con mayor autonomía para tomar decisiones y con ello aumentar su satisfacción.

Ante lo descrito en el párrafo anterior, Ferris, Fuertes y Grimaldo (2018), mencionan que una estrategia importante para lograr la satisfacción a través de los factores intrínsecos, consiste en despertar del interés del estudiante en aprender los temas ofrecidos en los programas de estudio, ya que el estudiante valorará la importancia del conocimiento adquirido para aumentar su empleabilidad profesional. Brito, Curiel, y Fong (2017) sostienen que las estrategias de enseñanza son fundamentales para generar aprendizaje significativo en el estudiante, basándose en técnicas de asociación, resolución de casos grupales entre compañeros y elaboración de trabajos, De esa forma los estudiantes construyen su propio aprendizaje y disfrutan de sus conocimientos adquiridos.

En este contexto, el área de gestión académica debería realizar una gran labor para cubrir las expectativas, a través del ofrecimiento de un programa con actividades enriquecedoras que involucrarían atender las necesidades intrínsecas de los estudiantes que impliquen su autorrealización individual para alcanzar un mayor nivel de satisfacción académica. A continuación, se representará los factores intrínsecos y extrínsecos presentados en un entorno académico



Figura 3. Evaluación del usuario sobre la calidad del servicio.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.2.2 Factores extrínsecos o higiénicos

Según Herzberg (1966), son los factores extrínsecos son aquellos que están relacionados a condiciones externas a la persona, relacionadas a su entorno, contexto en el cual se desenvuelve la persona. Si las organizaciones no gestionan de manera adecuada estos factores, se producirá insatisfacción en las personas. Los factores extrínsecos más importantes son: la política de las organizaciones, la actitud y la relación con los miembros de la organización, las condiciones del ambiente y el balance en tiempo dedicado a la vida profesional y personal.

Según Chiavenato (2007), quien se basó en la Teoría de los Dos Factores de Herzberg (1966), define a los factores extrínsecos como aquellos que están asociados a las situaciones ambientales donde las personas realizan sus actividades. También son llamados factores higiénicos ya que se caracterizan por ejercer un efecto preventivo para evitar la insatisfacción de las personas y contrarrestar las potenciales amenazas que puedan desestabilizar su equilibrio emocional. Los más

importantes son: situaciones de bienestar que ofrece la organización, políticas y relaciones con los miembros de la organización, seguridad, salario y remuneración.

Alfaro (2015) define a los factores extrínsecos como aquellos que se encuentran en el ambiente donde las personas desempeñan sus actividades y comprenden condiciones que no están bajo el control de ellos mismo, ya que son gestionadas por las organizaciones donde se desenvuelven.

Bravo, Casas y Tobón (2016) definen a los factores extrínsecos como condiciones que rodean el ambiente del estudiante. Estos factores no pueden ser gestionados por ellos. Entonces si las condiciones son inadecuadas, se producirá insatisfacción en el estudiante. Cuando el estudiante se siente insatisfecho, dicha condición se refleja en los resultados de baja atención en el rendimiento académico por parte del estudiante, ausentismo en clases y niveles de deserción. Para ello, el área de Gestión Educativa deberá realizar estrategias que ejerzan una acción preventiva con la finalidad de evitar descontento en los estudiantes. Una estrategia por parte de la institución educativa se basa en capacitar a los docentes con el objetivo de fortalecer el dominio en el desarrollo de sus cursos y metodología para que el estudiante pueda entender y relacionarse con sus compañeros y el docente en el desarrollo de su aprendizaje.

Según Mancera (2013), el networking (redes de contacto) favorece a que el estudiante se encuentre satisfecho en el ambiente externo que ofrece la institución educativa, ya que las redes de contacto le podrán ofrecer la oportunidad de mantener relación con los docentes y compañeros con quienes podrán interactuar y a futuro convertirse en posibles compañeros de trabajo, socios en un emprendimiento, clientes o proveedores.

Martín, Paralera y Ramírez (2017) mencionan que una adecuada gestión de los factores extrínsecos reduce los niveles de insatisfacción. La institución educativa se esforzó por repotenciar el aula virtual, el contenido de las sesiones de clase y el software usado para la enseñanza. El acceso al contenido virtual y herramientas tecnológicas resulta ser de gran ayuda para los estudiantes ya que

hacen posible darle mayor seguridad e interactuar con sus compañeros y de esa manera comprender mejor el contenido de los cursos.

Según Pecina (2019), existe insatisfacción cuando los factores extrínsecos como el programa académico, la metodología de los docentes, e infraestructura, no son adecuadamente gestionados. Por ello, existiría una brecha entre las expectativas y los resultados recibidos del proceso enseñanza-aprendizaje para los estudiantes.

Los factores extrínsecos han sido estudiados en diversos trabajos de investigación con el objetivo de reducir los niveles de insatisfacción en los estudiantes y para mantener su equilibrio emocional. Se asocia a las oportunidades que proporciona la institución para que el estudiante se inserte al mercado laboral como: red de contactos, relaciones adecuadas con los docentes y compañeros de clase. También se considera a los recursos virtuales que brinda la institución como campus virtual, plataformas y acceso a base de datos para enriquecer el aprendizaje del estudiante.

Capítulo III: Metodología

3.1. Enfoque, alcance y diseño

3.1.1. Enfoque

El presente trabajo de investigación es de enfoque cualitativo porque recoge las percepciones de los egresados y analiza las variables calidad del servicio y la satisfacción académica de manera profunda, en coherencia con Hernández (2014). En ese sentido, permitirá obtener una visión clara de las características de las variables investigadas, además de conocer las percepciones sobre las experiencias y vivencias de los egresados a través de sus relatos, siendo un investigación pertinente para muestras no probabilísticas, además de aportar detalles sobre los sucesos acontecidos y comportamientos de los participantes.

3.1.2. Alcance

El alcance se fundamenta en investigación descriptiva, en concordancia con Hernández et al. (2014), esta investigación específica a las variables mostrando sus características, hace referencias a situaciones otorgando información sobre el estado actual del fenómeno de interés. Gómez (2006) menciona que el alcance descriptivo se orienta a indicar cómo es y cómo se muestra el fenómeno en estudio, así como también referir situaciones. En ese sentido, se orienta a detallar o describir las características de las variables que son objeto del estudio. En la presente investigación, se especificará las características de las variables de estudio a partir de los testimonios, con lo cual se obtendrá un panorama como si se estuviera visualizando una fotografía de la situación actual.

3.1.3. Diseño

El diseño es fenomenológico, porque el propósito principal de la investigación es conocer las percepciones de los egresados en función a la calidad del servicio y la satisfacción académica. Para ello, se buscaría analizar las experiencias de los egresados en la investigación de acuerdo con Hernández et al. (2014).

El diseño fenomenológico refleja la experiencia adquirida entre las personas, es significativa como fuente de estudio. También la investigación realizada en el presente trabajo se basa en la exploración a profundidad de las experiencias de los egresados al recibir el servicio académico del centro de empleabilidad, por lo que se recogerá información donde se describirá las percepciones y se analizarán los factores comunes que originarían la satisfacción o insatisfacción en dichas vivencias, en coherencia como lo señalado por Hernández et al. (2014).

3.2. Matrices de alineamiento

3.2.1. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Categorías	Metodología
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>1. ¿Cuál es la percepción de la calidad del servicio y los factores intrínsecos de la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I?</p> <p>2. ¿Cuál es la percepción de la calidad del servicio y los factores extrínsecos de la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Describir la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>1. Describir la percepción de la calidad del servicio y los factores intrínsecos de la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I.</p> <p>2. Describir la percepción de la calidad del servicio y los factores extrínsecos de la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I.</p>	<p>Calidad del servicio</p> <p>Satisfacción académica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fiabilidad • Características tangibles • Capacidad de respuesta • Seguridad • Empatía <ul style="list-style-type: none"> • Factores intrínsecos • Factores extrínsecos 	<p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Alcance: Descriptivo</p> <p>Diseño: Fenomenológico</p> <p>Población: 45 egresados inscritos en el programa del Centro de Empleabilidad de la Facultad de Negocios en una Universidad Privada de Lima durante el periodo 2020-I.</p> <p>Muestra: 12 egresados inscritos en el programa del Centro de Empleabilidad de la Facultad de Negocios en una Universidad Privada de Lima durante el periodo 2020-I.</p> <p>Técnica: Entrevista</p> <p>Instrumento: Guía de preguntas para una entrevista a profundidad.</p>

3.2.2. Matriz de operacionalización de la variable calidad del servicio

Definición conceptual	Definición operacional	Categorías	Indicadores	Ítems para la entrevista a profundidad a los egresados
<p>La calidad del servicio es el resultado de comparar las expectativas del usuario del servicio (lo que se espera) con respecto a sus percepciones, luego de recibir el servicio. El nivel de calidad del servicio dependería de la percepción sobre las características en las cuales se realizó el servicio recibido con respecto a las expectativas. (Parasuraman, et al. 1993).</p>	<p>Fiabilidad, Elementos tangibles, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía se evaluarán aplicando una guía de preguntas semiestructurada.</p>	Fiabilidad	Los egresados comentan cómo la parte académica del centro de empleabilidad desarrollan los programas académicos teniendo en cuenta el cumplimiento de las actividades programadas, el horario establecido y la adecuada difusión del propósito del programa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Consideras que el programa académico cumplió con los temas propuestos y con tus expectativas? ¿De qué manera y por qué? 2. ¿Qué llamo más tu atención en la difusión del programa académico del C.E.? Coméntanos alguna sugerencia.
		Elementos Tangibles	Los egresados describen cómo la infraestructura y recursos digitales a disposición por el C.E. (que les facilita el área de infraestructura e informática) contribuyen a su proceso de enseñanza-aprendizaje.	<ol style="list-style-type: none"> 3. ¿De qué manera las aulas muestran adecuada presentación (iluminación, limpieza, mobiliario) /el entorno virtual presenta buena conexión, adecuada presentación y organización? ¿Cómo contribuye la plataforma virtual y las herramientas tecnológicas al proceso enseñanza-aprendizaje?
		Capacidad de respuesta	Los egresados manifiestan cómo la parte académica del centro de empleabilidad tiene disposición de manera eficaz y efectiva para responder las consultas de los egresados.	<ol style="list-style-type: none"> 4. ¿De qué manera en el C.E. el expositor es eficaz en contestar una duda o consulta? ¿Cómo consideras el tiempo de respuesta por parte del expositor ya sean consultas en clase, vía correo y envío de material?
		Seguridad	Los egresados declaran cómo los docentes y/o expositores tienen conocimiento del servicio académico y la capacidad de transmitirles un ambiente de confianza para promover la participación a través de casos prácticos y que sientan que lo aprendido será útil para su desempeño laboral.	<ol style="list-style-type: none"> 5. ¿De qué manera en el C.E. los expositores generan un ambiente de confianza para que se genere la participación activa e intercambio de ideas? 6. ¿De qué manera sientes que lo aprendido en el programa académico del C.E. es útil para tu desempeño laboral?
		Empatía	Los egresados manifiestan cómo la parte académica del centro de empleabilidad cuenta con la disposición para apoyar mediante la escucha activa y la atención personalizada para brindar un mejor servicio a los usuarios.	<ol style="list-style-type: none"> 7. ¿Cómo definirías la escucha activa del expositor cuando tu intervienes? ¿De qué manera en el C.E. brinda atención personalizada, sientes que existen horarios que se adecuan a tu disponibilidad?

3.2.3. Matriz de operacionalización de la variable satisfacción académica

Definición conceptual	Definición operacional	Categorías	Indicadores	Ítems para la entrevista a profundidad para docentes y directivos
<p>La satisfacción académica es el estado placentero generado por estudiar y realizar actividades relacionadas con la carrera. Dichas actividades logran el involucramiento e interés en seguir aprendiendo nuevos conocimientos y desenvolverse de manera adecuada en el entorno personal y laboral. Existen dos factores inherentes a la satisfacción académica como son los factores intrínsecos (relacionados con las condiciones internas de la persona) y los factores extrínsecos (relacionados con las condiciones del entorno). Bernal, Lauretti, y Agreda (2016).</p>	<p>Los factores intrínsecos y extrínsecos de la satisfacción académica se evaluarán utilizando una guía de preguntas semiestructurada para una entrevista a profundidad.</p>	Factores intrínsecos	<p>Los egresados comentan cómo la parte académica del centro de empleabilidad los inspira a cubrir sus necesidades individuales de autorrealización y sensación de logro, desarrollo personal y profesional, autonomía en la construcción de su aprendizaje al realizar sus actividades académicas.</p>	<p>8. ¿Cómo el programa del C.E. te genera satisfacción de logro y autorrealización? 9. ¿De qué manera el centro de empleabilidad te brinda herramientas de autonomía en la construcción de tus aprendizajes? 10. ¿De qué manera los programas ofrecidos por el C.E. contribuyen a tu desarrollo personal y profesional?</p>
		Factores extrínsecos	<p>Los egresados manifiestan cómo la parte académica del centro de empleabilidad gestiona estrategias para brindar mejores condiciones en el ambiente académico a través de la atención del docente y personal administrativo, recursos virtuales, metodología de enseñanza y oportunidades para ampliar las redes de contacto de manera que ejerzan una acción preventiva con la finalidad de evitar descontento en los egresados.</p>	<p>11. ¿Cómo es la atención brindada por parte del docente y personal administrativo? 12. ¿Cómo influye los recursos virtuales y la metodología de enseñanza en tu experiencia en el programa académico? 13. ¿De qué manera el programa te da la oportunidad de ampliar tu red de contactos?</p>

3.3. Población y muestra

La población, de acuerdo con Dieterich (2001), consiste en un grupo de personas que poseen una característica compartida en común. En el trabajo de investigación, la población está conformada por 45 egresados inscritos en el programa del Centro de Empleabilidad de la Facultad de Negocios en una Universidad Privada de Lima durante el periodo 2020-I.

La muestra fue seleccionada de forma no probabilística. En ese sentido, los elementos del subgrupo de la población fueron elegidos por muestreo de conveniencia, debido a la disponibilidad de los egresados a los cuales se tuvo acceso para la presente investigación, considerando que presentan alguna cualidad o característica en común conforme con Diererich et al. (2001).

La muestra para la presente investigación está compuesta por 12 egresados inscritos (25% de la población) en el programa del Centro de Empleabilidad de la Facultad de Negocios en una Universidad Privada de Lima durante el periodo 2020-I.

3.4. Técnicas e instrumentos

La entrevista como técnica, en coherencia con Bernal (2010), para investigaciones de índole cualitativa es importante la obtención de datos de manera directa ya que existe una comunicación más dinámica e interactiva entre el entrevistador y a la persona a quien se le entrevista. El tipo de entrevista será semiestructurada ya que aporta a la investigación relativa flexibilidad en cuanto al orden y a la realización para que puedan surgir más preguntas durante la entrevista de manera espontánea con la finalidad de obtener mayor información respecto al tema de estudio.

La guía de preguntas para la entrevista a profundidad como instrumento para la investigación a raíz de la naturaleza del presente trabajo de índole cualitativo tiene como propósito obtener información las percepciones de los egresados. Para ello es importante

analizar sus emociones y experiencias en el contexto que los rodea. Fernández y Baptista (2014) mencionan que esta guía tiene como objetivo conocer las opiniones, experiencias e ideas de los entrevistados para conseguir la información y describir el planteamiento del problema de la investigación.

3.5. Aplicación de instrumentos

Para recopilar la información se efectuó lo siguiente:

- Se coordinó la autorización con el Jefe Corporativo del Centro de Empleabilidad de la universidad de forma verbal.
- Se invitó vía correo electrónico a los 12 egresados a participar en la entrevista a profundidad a través de la herramienta tecnológica Zoom.
- Los egresados respondieron el correo electrónico.
- Las entrevistas se aplicaron del 23 al 27 de noviembre del 2020, mediante la herramienta tecnológica Zoom.
- Los entrevistadores desarrollaron el siguiente protocolo:
 - Discurso de bienvenida a los participantes.
 - Presentación del entrevistador.
 - Solicitud verbal para el permiso de obtención de datos de los egresados del programa académico del C.E. para la ejecución de la entrevista.
 - Breve explicación sobre el propósito de la investigación.
 - Explicación de las pautas de desarrollo de la entrevista.
 - Explicación sobre la importancia de la veracidad de las respuestas con el objetivo de aportar con la mejora continua en la calidad educativa.
 - Ejecución de la entrevista.
 - Agradecimiento por su participación

Capítulo IV: Resultados y Análisis

4.1. Resultados de la variable calidad del servicio

4.1.1. Categoría fiabilidad

Indicador: Los egresados comentan cómo la parte académica del centro de empleabilidad desarrolla los programas académicos teniendo en cuenta el cumplimiento de las actividades programadas, el horario establecido y la adecuada difusión del propósito del programa.

Ítems	Percepciones de los egresados
<p>¿Consideras que el programa académico cumplió con los temas propuestos y con tus expectativas? ¿De qué manera y por qué?</p> <p>¿Qué llamó más tu atención en la difusión del programa académico del C.E.? Coméntanos alguna sugerencia.</p>	<p>Los egresados manifestaron sobre el cumplimiento de las actividades, horarios y temas propuestos del Centro de empleabilidad a través de las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Nueve egresados manifestaron que el Centro de Empleabilidad cumplió con el contenido de los cursos, ya que se desarrollaron los temas que se habían mencionado en la campaña de difusión, además de que el contenido tenía un orden y una secuencia haciendo más entendible el programa. -La mayoría de egresados manifestaron que se cumplió con el horario establecido durante las sesiones y/o charlas. Esto generó agrado por parte de los egresados, porque sintieron que estaban comprometidos con ellos en brindar un buen servicio. - Los egresados manifestaron que el C.E. cumplió en contratar a los docentes y/o expositores anunciados en la difusión del programa, no haciendo cambios posteriores. -La mayoría de los egresados manifestaron que lo que más llamó su atención en la difusión del programa fue la trayectoria y reconocimiento de los expositores; así como el contenido del programa, principalmente por la gestión de negocios en tiempos de Covid. <p>Todos los egresados manifestaron que el C.E. cumplió en desarrollar el contenido del programa. Sin embargo, algunos egresados sugirieron que el C.E. debería brindar mayor número de talleres para que el programa esté compuesto por más horas de práctica y menos teoría, además de una mayor interacción con los expositores.</p> <p>Todos los egresados manifestaron que lo que más llamó su atención en la difusión del programa del C.E. fue su reconocida plana docente y expositores, pero como recomendación mencionaron que la difusión del programa se pueda realizar también por las redes sociales como: Facebook, Instagram, Twitter, etc. Además, recomendaron que en la difusión del programa se mencione que está dirigido principalmente para recién egresados debido a que cuando participan egresados con mayor experiencia en el rubro, el expositor no abarca los principales temas propuestos en el programa.</p>

4.1.2. Categoría elementos tangibles

Indicador: Los egresados describen cómo la infraestructura y recursos digitales a disposición por el C.E. (que les facilita el área de infraestructura e informática) contribuyen a su proceso de enseñanza-aprendizaje.

Ítems	Percepciones de los egresados
<p>¿De qué manera las aulas muestran adecuada presentación (iluminación, limpieza, mobiliario) /el entorno virtual presenta buena conexión, adecuada presentación y organización? ¿Cómo contribuye la plataforma virtual y las herramientas tecnológicas al proceso enseñanza-aprendizaje?</p>	<p>Los egresados manifestaron de qué manera el C.E. gestiona la infraestructura y herramientas virtuales para el adecuado desarrollo de las sesiones de clase a fin de generar valor en el proceso de enseñanza-aprendizaje.</p> <p>-Nueve egresados manifestaron que se sintieron satisfechos con la conectividad de la herramienta tecnología Ms. Teams, así como la infraestructura, usada por el centro de empleabilidad para transmitir sus Webinar y talleres.</p> <p>-Un egresado manifestó tener inconvenientes al ingreso de la herramienta tecnológica, y que no tuvo respuesta inmediata de la persona encargada del Webinar.</p> <p>-Dos egresados manifestaron que tuvieron la oportunidad de asistir a talleres presenciales debido a una invitación que les hizo el centro de empleabilidad a los alumnos del décimo ciclo y que en aquella experiencia pudieron ver que la infraestructura fue buena, los equipos y el material fueron entregados de forma oportuna. Posteriormente, al ser egresados y durante la pandemia, ingresaron a los talleres y webinars experimentando la buena conectividad de la herramienta tecnológica. Finalmente comentaron que los expositores los inspiraron para hacer mejoras en sus trabajos.</p> <p>-Nueve egresados manifestaron que los Webinar dictados durante la pandemia en el centro de empleabilidad los ayudaron a actualizar sus conocimientos y que gracias a ello consiguieron su primer empleo en la feria laboral.</p> <p>Los egresados manifestaron que se sintieron cómodos y satisfechos con la infraestructura en talleres presenciales antes de la pandemia y que durante la pandemia la experiencia también fue buena, debido a la adecuada organización y conexión. El uso de herramientas tecnológicas también fue adecuado ya que les facilitó la participación en clases, propiciando un entorno virtual favorable en las sesiones de clases y generando valor en el proceso de adquisición de conocimientos. Como recomendación, manifestaron que el C.E. debe seguir mejorando la herramienta tecnológica y que se debería contar con un encargado para brindar soporte informático.</p>

4.1.3. Categoría Capacidad de respuesta

Indicador: Los egresados manifiestan cómo la parte académica del centro de empleabilidad tiene disposición de manera eficaz y efectiva para responder las consultas de los egresados.

Ítems	Percepciones de los egresados
<p>¿De qué manera en el C.E. el expositor es eficaz en contestar una duda o consulta? ¿Cómo consideras el tiempo de respuesta por parte del expositor ya sean consultas en clase, vía correo y envío de material?</p>	<p>Los egresados manifestaron que la parte académica del centro de empleabilidad tiene buena disposición y responde de forma efectiva ante consultas o solicitudes ya sea vía online o por correo. Esto se refleja a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ocho egresados manifestaron que el tiempo de respuesta del expositor vía online es adecuado y las consultas por correo son absueltas en un máximo de una semana. También comentaron que los docentes y/o expositores tienen la gentileza de notificar la recepción del mensaje y mencionar que lo revisarán y atenderán. -Cuatro egresados comentaron que, en el C.E., las respuestas por correo del encargado administrativo fueron rápidas dentro de lo aceptable con un máximo de 4 días dependiendo de la dificultad de la pregunta. <p>Los egresados manifestaron que el expositor fue eficaz en contestar una duda o consulta debido a que fueron absueltas en un plazo máximo de una semana. También, los egresados percibieron que los expositores mostraron interés en contestar una consulta de forma inmediata para disipar sus dudas, por lo que todos los egresados comentaron que las respuestas del expositor fueron rápidas y dentro de los plazos accesibles. Sin embargo, la mayoría de egresados sugirieron que el material debería ser enviado con anticipación a fin de tener un tiempo considerable para revisarlo y así realizar las preguntas necesarias en los mismos talleres y disminuir el envío de consultas por correo.</p>

4.1.4. Categoría seguridad

Indicador: Los egresados declaran cómo los docentes y/o expositores tienen conocimiento del servicio académico y la capacidad de transmitirles un ambiente de confianza para promover la participación a través de casos prácticos y que sientan que lo aprendido será útil para su desempeño laboral.

Ítems	Percepciones de los egresados
<p>¿De qué manera en el C.E. los expositores generan un ambiente de confianza para que se genere la participación activa e intercambio de ideas?</p> <p>¿De qué manera sientes que lo aprendido en el programa académico del C.E. es útil para tu desempeño laboral?</p>	<p>Los egresados manifestaron de qué manera en el C.E. los expositores generaron un ambiente de confianza para la participación e intercambio de ideas a través de las siguientes acciones:</p> <p>-Nueve egresados manifestaron que en el C.E los expositores generaron un ambiente de confianza, lo que propició participación activa, generando en ellos la seguridad en cuanto a la utilidad de los aprendido en el programa para su vida profesional y personal.</p> <p>-Once egresados manifestaron que los expositores generaron un ambiente de confianza porque son personas reconocidas en el medio laboral, además de contar con una vasta experiencia, lo que generó en ellos credibilidad en sus conocimientos. Los expositores aplicaron dinámicas y role-play en las sesiones del programa de manera que los egresados sintieron que el aprendizaje fue significativo y útil para su vida personal y profesional.</p> <p>-La mayoría de egresados del programa del C.E. mencionaron que les fue útil en su desempeño laboral porque obtuvieron su primer empleo y también actualizaron sus conocimientos con los temas relacionados debido a los cambios causados por la pandemia.</p> <p>Todos los egresados mencionaron la seguridad que les generó el tener docentes y/o expositores reconocidos y con amplia experiencia en el sector económico donde se desenvuelven además de resaltar la confianza que ellos brindaron al momento de las sesiones en el programa del C.E. Sin embargo, les hubiera gustado tener mayores horas de talleres para seguir interactuando más con los participantes del programa compartiendo experiencias.</p>

4.1.5. Categoría empatía

Indicador: Los egresados manifiestan cómo la parte académica del centro de empleabilidad cuenta con la disposición para apoyar mediante la escucha activa y la atención para brindar un mejor servicio a los usuarios.

Ítems	Percepciones de los egresados
<p>¿Cómo definirías la escucha activa del expositor cuando tu intervienes? ¿De qué manera en el C.E. brinda atención personalizada, sientes que existen horarios que se adecuan a tu disponibilidad?</p>	<p>Los egresados manifestaron de qué manera la parte académica del centro de empleabilidad cuenta con la disposición para apoyar mediante la escucha activa, atención personalizada para brindar un mejor servicio mediante las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Once egresados manifestaron que la escucha por parte del expositor fue muy respetuosa y adecuada lo cual generó empatía en ellos para que puedan preguntar. -Nueve egresados manifestaron que el expositor tiene adecuado tino y timbre de voz para responder cualquier tipo de preguntas relacionadas al tema. -La mayoría de egresados manifestaron que el expositor absuelve consultas de forma segura, eficaz y concisa. Además, la entonación de su voz transmite seguridad y respeto, así como la forma empática de responder cualquier tipo de pregunta (sencilla y/o complicada). -La mayoría de los egresados manifestaron que el C.E. tiene un horario adecuado y accesible, donde la mayoría se desocupa de sus actividades para poder llevar los talleres. Por ello, sintieron un compromiso y preocupación por parte de la institución por considerar sus horarios. <p>Todos los egresados mencionaron la empatía generada por el docente del programa del C.E. en función a su trato y respuesta ante las dudas y el horario. Algunos egresados sugieren que para tener una formación más personalizada debería desarrollarse un programa de empleabilidad para recién egresados y otro programa para egresados con mayor experiencia</p>

4.2. Resultados de la variable satisfacción académica

4.2.1. Categoría factores intrínsecos

Indicador: Los egresados comentan cómo la parte académica del centro de empleabilidad los inspira a cubrir sus necesidades individuales de autorrealización y sensación de logro, desarrollo personal y profesional, autonomía en la construcción de su aprendizaje al realizar sus actividades académicas.

Ítems	Percepciones de los egresados
<p>¿Cómo es el programa del C.E. te genera satisfacción de logro y autorrealización?</p> <p>¿De qué manera los programas ofrecidos por el C.E. contribuyen a tu desarrollo personal y profesional?</p> <p>¿De qué manera el centro de empleabilidad te brinda herramientas de autonomía en la construcción de tus aprendizajes?</p>	<p>Los egresados manifestaron que el área académica del C.E. los inspira a cubrir sus necesidades individuales de autorrealización, autonomía en la construcción de aprendizaje, implicación con la carrera y sensación de logro, cuando se presentaron las siguientes situaciones:</p> <p>-Doce egresados manifestaron que el programa pudo contribuir al enriquecimiento del desarrollo personal y profesional, porque luego del programa adquirieron nuevos conocimientos sobre gestión de negocios durante la pandemia del Covid-19. En cuanto al desarrollo personal, sienten que han fortalecido sus competencias para desenvolverse en un entorno laboral. Además, han adquirido mayor seguridad para brindar opiniones y apreciar la opinión de los demás.</p> <p>En cuanto a la autonomía en la construcción de aprendizajes, ocho egresados comentaron que se deben fomentar más talleres en los cuales se puedan realizar más proyectos donde los docentes serán facilitadores, guías para sus proyectos y asesores, de manera que obtendrían un aprendizaje más constructivo.</p> <p>Cuatro egresados manifestaron que el programa del Centro de Empleabilidad les generó interés de indagar y averiguar más sobre los temas de creación de negocios durante la pandemia del Covid-19 y con ellos pudieron realizar sus propios emprendimientos.</p> <p>Todos los egresados manifestaron que sintieron autorrealización y sensación de logro ya que percibieron que han aprendido temas para crear soluciones en su entorno laboral, sintiéndose competentes y valorados con las responsabilidades que les han asignado. Algunos de ellos se sintieron interesados en indagar más sobre los temas desarrollados en el programa y pusieron en marcha emprendimientos. Sin embargo, algunos sugirieron que se debe realizar más talleres y casos grupales para sentir autonomía en la construcción de sus aprendizajes.</p>

4.2.2. Categoría factores extrínsecos

Indicador: Los egresados manifiestan cómo la parte académica del centro de empleabilidad gestiona estrategias para brindar mejores condiciones en el ambiente académico a través de la atención del docente y personal administrativo, recursos virtuales, metodología de enseñanza y oportunidades para ampliar las redes de contacto de manera que ejerzan una acción preventiva con la finalidad de evitar descontento en los egresados.

Ítems	Percepciones de los egresados
<p>¿Cómo es la atención brindada por parte del docente y personal administrativo?</p> <p>¿Cómo influye los recursos virtuales y la metodología de enseñanza en tu experiencia en el programa académico?</p> <p>¿De qué manera el programa te da la oportunidad de ampliar tu red de contactos?</p>	<p>Los egresados manifestaron sus percepciones sobre las acciones que realizó la parte académica del C.E. para brindar mejores condiciones en el ambiente académico. Como acción preventiva. Se buscó evitar la sensación de descontento en los egresados hacia el programa del C.E. a través del enriquecimiento del contenido de los temas, Networking, horarios, metodología de enseñanza, infraestructura y convenios institucionales.</p> <p>Todos los entrevistados valoraron el esfuerzo y el trato del personal administrativo y docentes, ya que sintieron que se preocuparon por ayudarlos y asesorarlos ante cualquier duda o consulta. Valoraron también el prestigio de la institución.</p> <p>A nueve egresados les agradó el contenido del programa porque percibieron que la parte académica supo diagnosticar los temas que son relevantes para fortalecer los conocimientos y competencias para el mejor desenvolvimiento en el entorno laboral. También valoraron la organización del programa del C.E. utilizando adecuadas herramientas virtuales.</p> <p>Cinco egresados sugirieron que debería existir un canal oficial virtual administrado por un miembro del C.E. para ampliar la red de contactos, con la finalidad de tener una comunicación más accesible y actualizada. Sugirieron que esta acción sería más efectiva que la comunicación vía correo.</p> <p>La mayoría de los egresados manifestaron que les agradaron las acciones realizadas por la parte académica del C.E. En cuanto a la atención brindada y el contenido del programa se presentaron temas actualizados, además valoraron a los docentes y expositores debido a que cuentan principalmente con amplia experiencia en administración de negocios. Sin embargo, les gustaría contar con un canal virtual para realizar Networking en el cual puedan realizar actividades de integración, para que cada uno se presente o puedan anunciar una oportunidad laboral, además de invitar a expositores quienes puedan ofrecer propuestas laborales.</p>

4.3. Análisis de los resultados

En relación a la primera pregunta específica ¿Cuál es la percepción de la calidad del servicio y los factores intrínsecos de la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I?

Se presentan las percepciones obtenidas de la variable: **Calidad en el servicio**. Dicha información se obtuvo en las entrevistas realizadas a los egresados inscritos en el programa del C.E. tomando en cuenta las categorías de la variable: elementos tangibles, fiabilidad, empatía, seguridad, capacidad de respuesta. En cuanto a la categoría **fiabilidad**, los estudiantes manifestaron que la virtualización de las clases cubrió sus expectativas en cuanto a generar sensación de logro, en aprender los contenidos desarrollados en las charlas y/o talleres, ya que al no ser presenciales debido a la inmovilización por la pandemia del Covid-19, la institución ofreció el programa a través de sesiones virtuales en las cuales se lograron desarrollar los temas en su totalidad, respetando la organización del cronograma. En coherencia con lo mencionado por Fernández y Montenegro (2017), la enseñanza por medios virtuales debe ofrecer la fiabilidad de desarrollar los temas tratados cubriendo aspectos prácticos y teóricos que contribuyan al aprendizaje para que el estudiante pueda implicarse con los temas de su carrera y sienta que la enseñanza virtual no será una limitante en el proceso de adquisición de conocimiento, sino que por el contrario, le ofrecerá la oportunidad de brindarle mayores herramientas para construir a su aprendizaje. En cuanto a la categoría **elementos tangibles**, los egresados manifestaron que las herramientas tecnológicas utilizadas para el desarrollo de las sesiones de las charlas y/o talleres fueron de gran ayuda para la construcción de sus aprendizajes, lo que les incentivó a investigar más sobre los temas tratados otorgándoles autonomía para desarrollar un aprendizaje autodirigido. Al tener acceso a recursos virtuales, los egresados gestionaron su tiempo y espacio para seguir investigando y adquiriendo

conocimientos, en concordancia con Gottardi (2015), quien menciona que las instituciones educativas deberán fomentar el uso de herramientas tecnológicas para impulsar la autonomía en el aprendizaje y formar profesionales que sean responsables, innovadores, buenos gestores de su tiempo a fin de desempeñarse de manera adecuada en el mercado laboral. En cuanto a la categoría **capacidad de respuesta**, los egresados consideraron que la prontitud y preocupación de los expositores y/o docentes en apoyarlos los inspiraron a ser comprometidos y preocupados con su formación profesional. Según Valera (2010), las instituciones educativas deben inspirar a sus estudiantes a ser comprometidos con su desarrollo profesional para responder con eficiencia a las demandas del mercado laboral, la fuente de inspiración deberán ser los docentes y el personal de la institución ya que responden de manera eficiente y brindan soluciones para aportar a la mejora de la calidad educativa. En cuanto a la categoría **seguridad**, los egresados expresaron que valoran el programa brindado en el C.E. porque sintieron que el aprendizaje recibido fue útil para su vida personal y profesional, principalmente porque los docentes y/o expositores son profesionales con experiencia en el sector económico en el cual se desenvuelven. En ese sentido, Espinoza y Rodríguez (2017), mencionan que los estudiantes presentan sensación de logro en los temas aprendidos, porque sentirán que lo aprendido será útil para desenvolverse en el mercado laboral, porque sienten que los docentes tienen la capacidad de realizar una adecuada planificación en sus sesiones de aprendizaje (que no han improvisado) y que tienen sólidos conocimientos. En cuanto a la categoría **empatía**, los egresados comentan que los docentes muestran interés y preocupación por el desarrollo de sus perfiles profesionales y escuchan sus inquietudes. Por ello, se sienten seguros y comprendidos, en concordancia con Gonzales, Treviño y Sotomayor (2020), quienes afirman que es relevante que los docentes muestren empatía con los estudiantes ya que ellos sirven de guía para fomentar la comprensión y desarrollar en los estudiantes el autoconocimiento y autorregulación frente a situaciones que se puedan presentar y reaccionar de una manera educada, mostrando respeto.

Los resultados del presente estudio, de acuerdo a las percepciones de los egresados, señalan que existe **satisfacción intrínseca** ya que el Centro de empleabilidad fortalece de manera favorable los factores intrínsecos de la satisfacción académica. En el estudio de investigación se presentaron resultados positivos y oportunidades de mejora para aumentar la satisfacción intrínseca de los egresados. Acerca de la categoría de Factores Intrínsecos, los egresados manifestaron que el C.E. promueve una gestión orientada a: cubrir necesidades de autorrealización, fomentar la autonomía en la construcción del aprendizaje, generación de compromiso e implicación con lo aprendido y sensación de logro. En cuanto a cubrir **necesidades de autorrealización**, los egresados manifestaron que el C.E. se esfuerza en atender la necesidad de los egresados en encontrar empleo y que lo aprendido podrá aportar en el desarrollo personal y profesional. Los egresados manifestaron que, al inicio del programa, el objetivo ideal para ellos era encontrar empleo y poder adquirir el mayor conocimiento posible para desenvolverse en el mismo. En ese sentido, los egresados manifestaron en las entrevistas sus **necesidades de autorrealización** y sintieron que los conocimientos adquiridos en el C.E. les ayudaron desarrollarse de manera adecuada pudiendo agregar valor en el mercado laboral. Por ello el C.E. se preocupa por brindar un seguimiento a cada egresado durante el programa, en cuanto al estado de su búsqueda por conseguir empleo, realizando un seguimiento a la asistencia del programa para analizar el motivo por el cual no asistió (de ser el caso). En la misma línea, Rodríguez y Pérez (2018) en su investigación demuestran que conseguir un empleo es fundamental para que una persona se sienta autorrealizada, luego de culminar sus estudios en la Universidad. Con lo cual, los egresados perciben que la Institución educativa ofrece un programa que fortalece sus competencias y se sintieron empoderados y de esa manera lograron conseguir una oferta de trabajo. Por otro lado, los estudiantes manifestaron que aprecian y valoran lo aprendido en el programa, ya que sintieron que sus conocimientos aportaron a brindar soluciones y favorecieron al servicio de mejora continua en las

organizaciones donde se encuentran laborando. Con todos estos resultados, se percibe que la gestión del C.E. ha sido positiva para fortalecer los factores intrínsecos de la satisfacción académica de los egresados ya que se ha podido cubrir necesidades de autorrealización. En coherencia con Ferris, Fuertes y Grimaldo (2018), quienes señalan que la autorrealización se genera en las personas al sentir la importancia de los conocimientos recibidos para aumentar su empleabilidad profesional y poder conseguir el puesto de trabajo que deseaban. En cuanto a la gestión del C.E para fortalecer la **autonomía en la construcción del aprendizaje**, los egresados comentaron que les brindaron talleres en los cuales eligieron un tema para desarrollar y recibieron el acompañamiento del docente durante las charlas y/o talleres. Por ejemplo, se ofrecieron talleres para incentivar la innovación y el emprendimiento en donde, se desarrollaron proyectos y trabajos prácticos en los cuales los egresados trabajaron de manera grupal y eligieron un tema de su preferencia. Para lograrlo, el docente los acompañó en el desarrollo del mismo. Los estudiantes manifestaron que se sintieron interesados en investigar en temas que les parecían relevantes ello fue fundamental para seguir analizando con mayor detalle y realizar las consultas respectivas al docente. También manifestaron que el docente atendía sus consultas y presentaba escucha activa. Gran parte de los egresados manifestaron que sintieron autonomía en la construcción de su aprendizaje cuando se les brindó talleres para resolver casos prácticos. Estas percepciones están en coherencia con lo mencionado por Surdez, Sandoval, Lamayori (2018), quienes señalan que la autonomía en realizar actividades académicas es fundamental para generar satisfacción intrínseca, ya que empodera a las personas a tomar decisiones por cuenta propia. Es por ello que la mayoría de los egresados solicitaron que se brinden mayores horas de talleres para resolver casos prácticos, con la finalidad de estar en la capacidad de tomar decisiones por cuenta propia para el desarrollo de proyectos a fin de sentirse empoderados y brindar soluciones ante problemas que se presenten en su entorno laboral. En cuanto a la gestión del C.E para fomentar el **desarrollo personal y**

profesional, los egresados manifestaron que durante su participación en el programa mejoraron sus competencias de autoconfianza y empoderamiento, Además, señalaron que luego de haber cursado el programa pudieron brindar con mayor seguridad su punto de vista y apreciar la percepción de los demás. Por otro lado, la mayoría de egresados comentaron que el C.E. fomentó el desarrollo de la carrera profesional, ya que al inicio de la etapa de egreso es difícil conseguir empleo si es que no se cuenta con la experiencia requerida, sobre todo durante la pandemia del Covid-19, donde los sectores en lo que respecta al área de negocios en gastronomía y hotelería han sido los más afectados. Es por ello, que los egresados sintieron que, al finalizar el programa en el C.E., se desarrollaron de manera profesional ya que adquirieron nuevos conocimientos para desenvolverse en el campo laboral con lo cual valoran lo importante que es estar actualizados y que para tener un adecuado nivel de empleabilidad es fundamental la formación constante. Los egresados también dijeron que el programa brindado por el C.E. contribuyó al desarrollo personal debido a que les brindó la oportunidad de tener un mejor autoconocimiento en cuanto a reconocer sus fortalezas y sus puntos de mejora. Es importante que los egresados sientan que han fortalecido sus competencias para mejorar su desarrollo profesional y personal durante su participación en el programa ofrecido por el C.E. ya que según lo señalado por Estrada y García (2012), es fundamental para la generación de satisfacción intrínseca que las personas sientan que lo aprendido será de gran ayuda para el desarrollo profesional y personal. En la misma línea, Surdez, Sandoval, Lamayori (2018) demostraron en su investigación que las personas perciben autonomía cuando sienten la capacidad de poder resolver de distintas maneras un problema, con lo cual amplían sus horizontes de creatividad, lo que les genera satisfacción intrínseca al sentir que sus competencias se fortalecen en beneficio de su desarrollo personal y profesional y de esa manera perciben que tendrán un mejor futuro profesional.

En relación a la segunda pregunta específica ¿Cuál es la percepción de la calidad del servicio y los factores extrínsecos de la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios del Centro de Empleabilidad en una Universidad privada de Lima durante el periodo 2020-I?

Se muestran las percepciones encontradas en la variable: *Calidad en el servicio*. En cuanto a la categoría **fiabilidad**, los egresados mostraron agrado por el cumplimiento de la programación y la cooperación de los docentes propuestos. Sin embargo, recomendaron una mejora en el mensaje en la difusión mencionando que el programa estaría dirigido principalmente a los recién egresados con la finalidad de que los docentes y/o expositores puedan enfocarse y desarrollar a profundidad los temas del programa. Estas percepciones están en concordancia con Arguello, García y Saltos (2017), quienes mencionan que la institución deberá comunicar de forma clara el mensaje en la difusión, mostrando el temario y las actividades a desarrollar con la finalidad de que el estudiante perciba una adecuada gestión académica. En cuanto a la categoría **elementos tangibles**, manifestaron que la institución cuenta con una infraestructura adecuada, además de contar con equipos en buen estado y con herramientas tecnológicas que fortalecen las experiencias en las charlas y/o talleres. Mejías, Valle y Vega (2013) mencionan que una adecuada infraestructura y herramientas tecnológicas apoyan el proceso de enseñanza-aprendizaje. De esa manera, los estudiantes podrán tener mayores recursos de aprendizaje y acceso a un servicio académico de calidad. En cuanto a la categoría **capacidad de respuesta**, los egresados indicaron que los expositores tuvieron un adecuado manejo de consultas y que las respuestas del personal administrativo fueron en un tiempo razonable. Sin embargo, podrían mejorar, así también sugieren que el envío del material sea con la debida anticipación.

Arroyave y Hurtado-Cardona (2019) mencionan la importancia en la gestión académica que las instituciones deben fortalecer en cuanto al servicio de atención a los estudiantes. Es por

ello que las funciones administrativas no deberían centralizarse y si existe un aumento en el número de estudiantes, se debería reorganizar los procesos de gestión académica con la finalidad de brindar un servicio de calidad. En cuanto a la categoría **seguridad**, los egresados manifestaron que se sintieron seguros con la orientación y conocimientos recibidos debido a que los expositores son reconocidos y con una vasta experiencia. Además, expresaron que se generó un ambiente de confianza y participación activa, lo que les permitió sentir que les fue útil en su desempeño laboral. Sin embargo, mencionaron que se debería brindar mayores horas en talleres para seguir interactuando con los demás participantes en la resolución de casos prácticos. Vera (2017) menciona que las instituciones deberán brindar un adecuado servicio académico convocando docentes que tengan dominio en los temas y que transmitan confianza en cuanto a brindar respuestas claras y entendibles para los estudiantes. Para ello, se deberá realizar capacitaciones de manera constante para que los docentes puedan actualizar sus conocimientos. En cuanto a la categoría **empatía**, los egresados percibieron que existió disposición y escucha activa para brindar un mejor servicio académico. También sintieron la preocupación del C.E. por mantener la asistencia y evitar la deserción ya que comentaron que existe un horario adecuado y accesible. Los egresados sintieron que la institución se preocupó por ellos al fomentar vínculos con empresas para que puedan obtener empleo. En ese sentido, manifestaron ser comprendidos en la etapa de búsqueda de empleo. En concordancia con lo mencionado por Arguello, García y Saltos (2017), es importante que la institución comprenda la situación vivida por los estudiantes y puedan adaptar un programa de estudio con horarios accesibles además que los docentes puedan comprender y orientar a los estudiantes.

Los resultados en la presente investigación muestran las percepciones de los egresados en cuanto a la **satisfacción extrínseca** ya que el Centro de empleabilidad fortaleció de manera favorable los factores extrínsecos de la satisfacción académica. A continuación, se mostrarán resultados positivos y oportunidades de mejora para fomentar condiciones en el ambiente

académico a través del enriquecimiento del contenido del programa, Networking, accesibilidad de horarios, metodología de enseñanza, infraestructura y convenios institucionales de manera que ejerzan una acción preventiva a fin de evitar descontento en los egresados. La gestión en el C.E. se orienta a que los egresados sientan que existe enriquecimiento **del contenido del programa** y accesibilidad de horarios. En términos generales, los egresados manifestaron que el C.E. potenció el contenido del programa, además de cumplir con el cronograma (con los tiempos establecidos en talleres y charlas). Se les brindó accesibilidad de horarios, posibilitando la mayor participación de los egresados, capacitándolos en los temas que se llevaron a cabo en las charlas y/o talleres a fin de mejorar sus respuestas frente a los cambios generados durante la coyuntura del estado de emergencia sanitaria a nivel nacional y mundial de la pandemia del Covid-19. Los egresados comentaron que los temas abordados fueron de su agrado y entre ellos tenemos:

- Identificar los pasos previos para contar con un CV de Impacto.
- Acciones para la prevención del Covid-19.
- Saber elaborar, transmitir y proteger nuestra presentación personal en una entrevista de manera virtual debido al contexto del Covid-19.
- Identificar los puntos que manejan los reclutadores a la hora de hacer selección de personal.
- Cómo afrontar una entrevista.
- Manejo del estrés en tiempos de Covid-19.
- La adaptación de los negocios de alimentos y bebidas frente al Covid-19.

En concordancia con Hassan, S. y Mohd, F. (2019), quienes en su investigación revelaron las características de la satisfacción del estudiante debido a una adecuada metodología, brindando temas actualizados y que sean pertinentes a su aprendizaje, además de estimular las necesidades cognoscitivas y afectivas de los estudiantes, con lo cual se refleja un mayor

nivel de satisfacción académica y lealtad hacia la institución. Algunos egresados manifestaron que la información de la programación de los cursos y talleres fue obtenida a través de *WhatsApp* de amigos y que tuvieron inconvenientes al acceso del material, aun cuando la respuesta a la solicitud de envío online fue inmediata. Recomendaron que el material debe ser enviado días previos a la realización de las charlas y/o talleres, con el objetivo de que puedan revisarlo y obtener información previa acerca del tema programado y que, además, se podría dar la difusión por canales digitales y comunicación como LinkedIn, correo electrónico, Facebook, Instagram y Twitter. Los egresados percibieron **una adecuada metodología de enseñanza y reconocida trayectoria del docente**. La mayoría de egresados manifestaron que valoran la trayectoria y reconocimiento laboral de los expositores del C.E. quienes cuentan con estudios especializados de diplomados, maestrías y doctorados porque son docentes investigadores con más de 20 años de experiencia, además de contar con una renombrada sapiencia en asesoramiento de empresas públicas y privadas. La metodología de enseñanza propició un ambiente dinámico y de participación continua a través de role-play en las sesiones del programa, de manera que los egresados sintieron que los expositores fueron empáticos y absolvió consultas de forma segura, eficaz y concisa, desde la entonación de su voz que transmitía seguridad y respeto, hasta la forma empática de responder cualquier tipo de pregunta, así sea una muy sencilla y/o complicada. De acuerdo con Ruíz, C. y Santos del Cerro, J. (2020), quienes revelaron en su investigación que para los estudiantes y/o egresados es muy importante que un docente sea empático, carismático y que sepa motivar en cada clase, mostrando respeto y ser un experto en su tema, además de que debe haber una interacción directa entre el profesor y el estudiante. La mayoría de los egresados comentaron que, durante las sesiones en los talleres, la metodología para resolver casos prácticos fue la adecuada ya que les permitió interactuar en equipos e intercambiar ideas fortaleciendo sus competencias

interpersonales. Es por ello que la mayoría de egresados desearía que se incremente el número de talleres para contar con una metodología de enseñanza más activa centrada en el estudiante. En esa misma línea, Rodríguez y Pérez (2018), demostraron en su investigación que la satisfacción se genera a través de un aprendizaje basado en una metodología de enseñanza que se fundamente en la resolución de casos prácticos. Los egresados percibieron que el C.E. realizó una adecuada gestión en cuanto a mantener vínculos con empresas para crear convenios laborales mencionado que existió **Networking** pero que desearían fortalecerlo en un taller para ampliar sus redes de contacto y de esa manera tener mayores oportunidades laborales. Los egresados dijeron que los expositores del C.E. tuvieron una comunicación asertiva lo cual les generó confianza y sintieron que lo aprendido les brindará la posibilidad de ampliar sus redes de contacto profesionales. La mayoría de egresados percibieron que, al no existir la presión por aprobar los cursos, como lo era en la etapa de pregrado, este programa les otorgó la posibilidad de conocer a sus compañeros e intercambiaron sus experiencias laborales conforme fueron encontrando trabajo mientras se desarrollaba el programa. Los egresados valoraron la oportunidad de mantener contacto entre sus compañeros y con los expositores ya que intercambiaron sus datos a través de la red social *LinkedIn*. La mayoría de los egresados manifestaron que, si bien sintieron que se produjo Networking, les gustaría que el C.E. pueda gestionar una red social formal para tener un intercambio más directo en oportunidades laborales y así realizar referencias de forma eficiente. En concordancia con lo mencionado por Mancera (2013), el Networking es favorable para los egresados porque aumenta sus niveles de satisfacción ya que se puede mantener contacto con diversas personas para intercambiar experiencias, conocimientos y tener oportunidades laborales refiriéndolo ante una oferta de trabajo. Los egresados opinaron que existe una adecuada infraestructura y manifestaron que tuvieron la oportunidad de asistir a talleres presenciales debido a una invitación que les

hizo el centro de empleabilidad a los estudiantes del décimo ciclo y que en aquella experiencia pudieron ver que la infraestructura era adecuada y que contaban con todos los materiales requeridos para el desarrollo de las sesiones y talleres. Además de contar con laboratorios e infraestructura adecuada, de igual forma los auditorios cuentan con el mobiliario y equipo multimedia en óptimas condiciones operativas además de contar con un aula de asesoramiento psicológico. Los egresados manifestaron que el C.E tiene capacidad para implementar una adecuada infraestructura tecnológica. Rescataron que tuvieron una buena gestión y adaptación de la infraestructura tecnológica a través de los cambios generado por la emergencia sanitaria mundial debido a la pandemia del Covid-19 mediante el uso adecuado de la plataforma Matrix y herramientas tecnológicas como MS Teams y Webinarjam, lo que les facilitó el ingreso y participación a todos los talleres dictados para los egresados durante el periodo 2020-I. De acuerdo con Martín, Paralera y Ramírez (2017), mencionan que una adecuada gestión de los factores extrínsecos reduce los niveles de insatisfacción. El centro de empleabilidad se esforzó en potenciar su aula virtual y softwares usados para la enseñanza, así como el acceso al contenido virtual y herramientas tecnológicas ya que son de mucha ayuda para los egresados por que brindan mayor seguridad e interacción con sus compañeros y en ese sentido se logra una mejor comprensión de los temas impartidos. De igual forma, Lamoyi, C., Sandoval, M. y Surdez, E. (2018) en su investigación mencionan que los estudiantes encuestados, para desarrollar su proceso de enseñanza-aprendizaje, consideran necesario una adecuada infraestructura, mobiliario y equipo necesario adecuado a sus requerimientos, considerando imprescindible que la institución brinde esos recursos. Algunos egresados valoraron el esfuerzo que realizó el C.E. por fomentar y mantener convenios laborales nacionales e internacionales y que durante las charlas y/o talleres realizados, se llevó a cabo una feria laboral donde las empresas de la red de convenios corporativo del sector empresarial invitaron a los

egresados a participar de los procesos de selección vigentes. Muchos de ellos pudieron contactarse directamente con la empresa y otro grupo fueron propuestos por el mismo C.E.; esta gestión les permitió conseguir su primer empleo durante la emergencia sanitaria nacional Covid-19.

Es importante tener en cuenta la percepción de los egresados sobre del servicio brindado por el C.E. con respecto a su utilidad. Para ello, se tomará en cuenta el concepto de pertinencia que tiene el programa, en ese sentido, se relacionarán las categorías del modelo Servqual para describir la calidad del servicio y su relación con la pertinencia. En cuanto a la categoría Fiabilidad del modelo Servqual, los egresados comentan que el programa brindado por el C.E cumplió con realizar el contenido de los temas y sus expectativas. Con lo cual se muestra pertinencia académica. Según Moscoso (2019), existe pertinencia cuando el programa académico es valorado por el egresado ya que siente que el contenido de dicho programa cumplió sus expectativas al brindarle los temas que necesitan para poder desarrollar sus competencias.

En cuanto a la categoría Seguridad del Modelo Servqual se relaciona con la pertinencia que existe en el programa brindado por el C.E. Según Moscoso (2019), existe pertinencia cuando el programa académico es útil, con lo cual según los entrevistados sienten que lo aprendido les fue útil para desenvolverse de manera adecuada en su profesión y dicho conocimiento contribuyó al desarrollo económico y social de su país. Además, en la Categoría seguridad del modelo Servqual, los egresados mencionaron que los expositores generaron un ambiente de apertura para poder resolver sus dudas por lo cual sintieron seguridad en que lo aprendido era útil para su vida profesional y personal, con lo cual concuerda con Gleason (2018), quien menciona que es muy importante reforzar los contenidos y de esta manera los estudiantes fortalezcan todas las áreas de oportunidades a momento de la inserción laboral.

La pertinencia concepto incluido en la calidad de la educación por la ONU 2016 y por la SUNEDU en una de sus condiciones básicas de calidad, nos indica que es necesario generar valor en el proceso de aprendizaje de los estudiantes, con la finalidad de que los contenidos faciliten su inserción en la sociedad y mercado laboral, si bien en la presente investigación no se consideró como una categoría debido a que se plantea el modelo Servqual, sin embargo podemos evidenciarla en los resultados obtenidos a través de las entrevistas realizadas a los egresados, dónde manifiestan que el programada de empleabilidad les ayudó a encontrar su primer empleo, en otros casos fortalecieron sus conocimientos para aplicarlos en sus puestos laborales y finalmente les dio herramientas para realizar sus emprendimientos.

Capítulo V: Propuesta de solución

5.1. Propósito

Implementar nuevos procesos en el programa de empleabilidad ya existente, considerando las percepciones de los egresados en función a la calidad del servicio brindado, mediante la identificación de errores en los actuales procesos que dificultan la secuencia correcta a fin de poder realizar una planificación adecuada, logrando un ciclo de mejora continua. Por otra parte, complementar el programa con actividades a través de nuevos talleres, rediseño de la difusión, capacitaciones a los docentes y/o expositores con la finalidad e incrementar la satisfacción de los egresados.

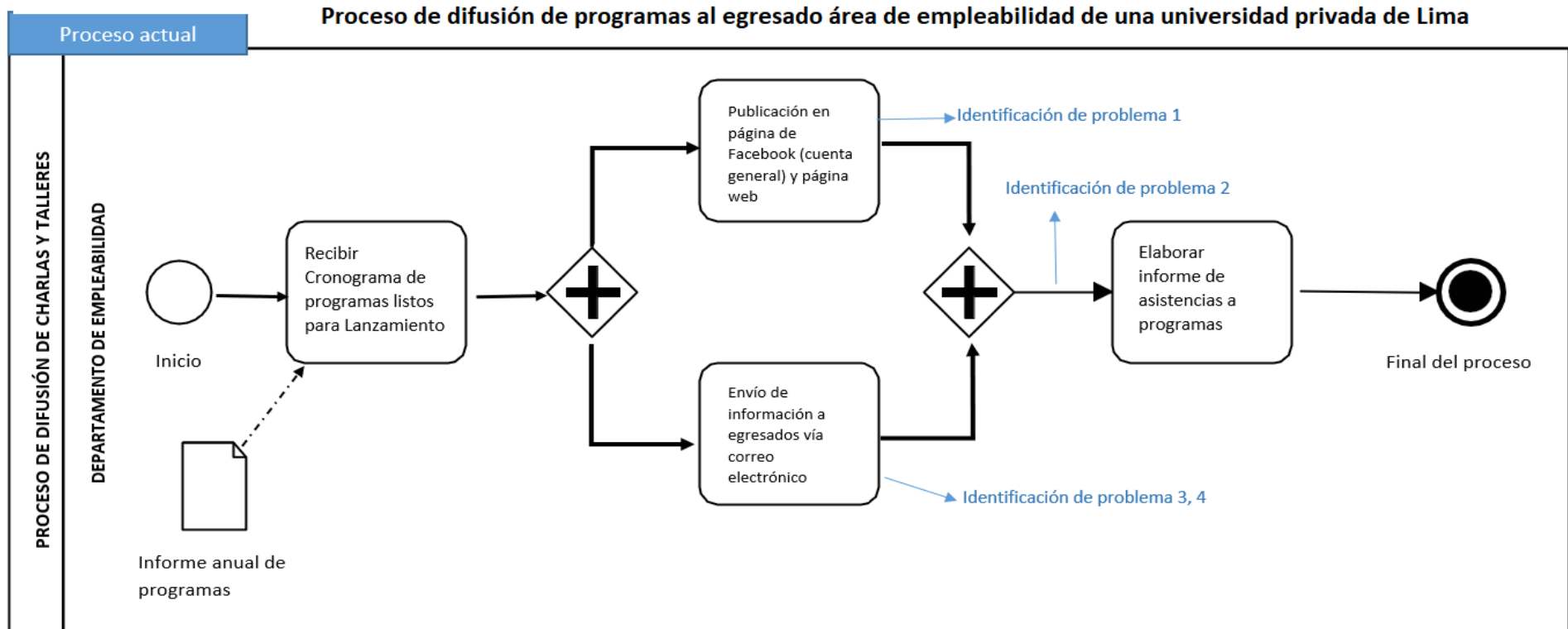
Desarrollar un programa que fortalezca las condiciones de calidad con la finalidad de propiciar experiencias agradables para que los egresados puedan mejorar y mantener su satisfacción académica con respecto al programa que ofrece el Centro de Empleabilidad; proporcionándoles conocimientos y habilidades para que puedan desenvolverse en el mercado laboral. En ese sentido, la Universidad gestionaría estrategias sobre la base de los resultados obtenidos y a la vez estarían alineados con los objetivos institucionales ya que se orientaría a formar a los egresados a ser más competentes en el mercado laboral.

El objetivo institucional de la Universidad de la presente investigación se fundamenta en formar profesionales que respondan a las necesidades del mercado laboral con la finalidad de contribuir al desarrollo de la sociedad. SUNEDU propone principalmente, ocho condiciones de calidad, las cuales se basan en que las Universidades deben cumplir con estándares mínimos para poder obtener el licenciamiento. En ese sentido, la condición número siete, Mecanismos de Inserción Laboral, las Universidades deben contar con bolsas de trabajo y brindar un servicio de orientación y seguimiento al egresado. Otro mecanismo de aseguramiento de la calidad es a través de SINEACE en el cual existen dimensiones para brindar estándares de calidad, en la

cual menciona en su dimensión: Gestión Estratégica que la oferta académica debería responder a la demanda laboral.

En relación con los resultados de la presente investigación, la propuesta de solución plantea contribuir con la mejora de la satisfacción académica apoyándose en la gestión de la calidad del servicio que ofrece el C.E., que ha evidenciado resultados muy positivos, pero con algunas oportunidades de mejora para aumentar la satisfacción y en línea con el objetivo institucional de la Universidad, alcanzar las expectativas del mercado laboral nacional e internacional. Los resultados muestran que los egresados disfrutaban de compartir experiencias y tener espacios para generar redes de contacto de esa manera fortalecen sus competencias interpersonales. En este sentido la difusión y actividades de gestión realizadas lograría el empoderamiento y obtener mayores oportunidades de los egresados para ocupar un puesto laboral. De esta manera, se mejoraría el nivel de satisfacción académica con respecto a la calidad del servicio al percibir que la Institución Educativa les brinda todas las herramientas y se involucra en el bienestar de la Comunidad Universitaria.

Ciclo de Deming



Identificación de problemas

1. Los egresados manifiestan que existe poca difusión de la información de las charlas y talleres.
2. Los egresados manifiestan que el material de las charlas y talleres no es enviado de forma oportuna.
3. Los egresados manifiestan que no recibieron instrucciones de uso de las herramientas tecnológicas.
4. Los egresados manifiestan que la información está centralizada en la asistente del C.E.

Figura 4. Ciclo de DEMING

Fuente: De una universidad privada de Lima.

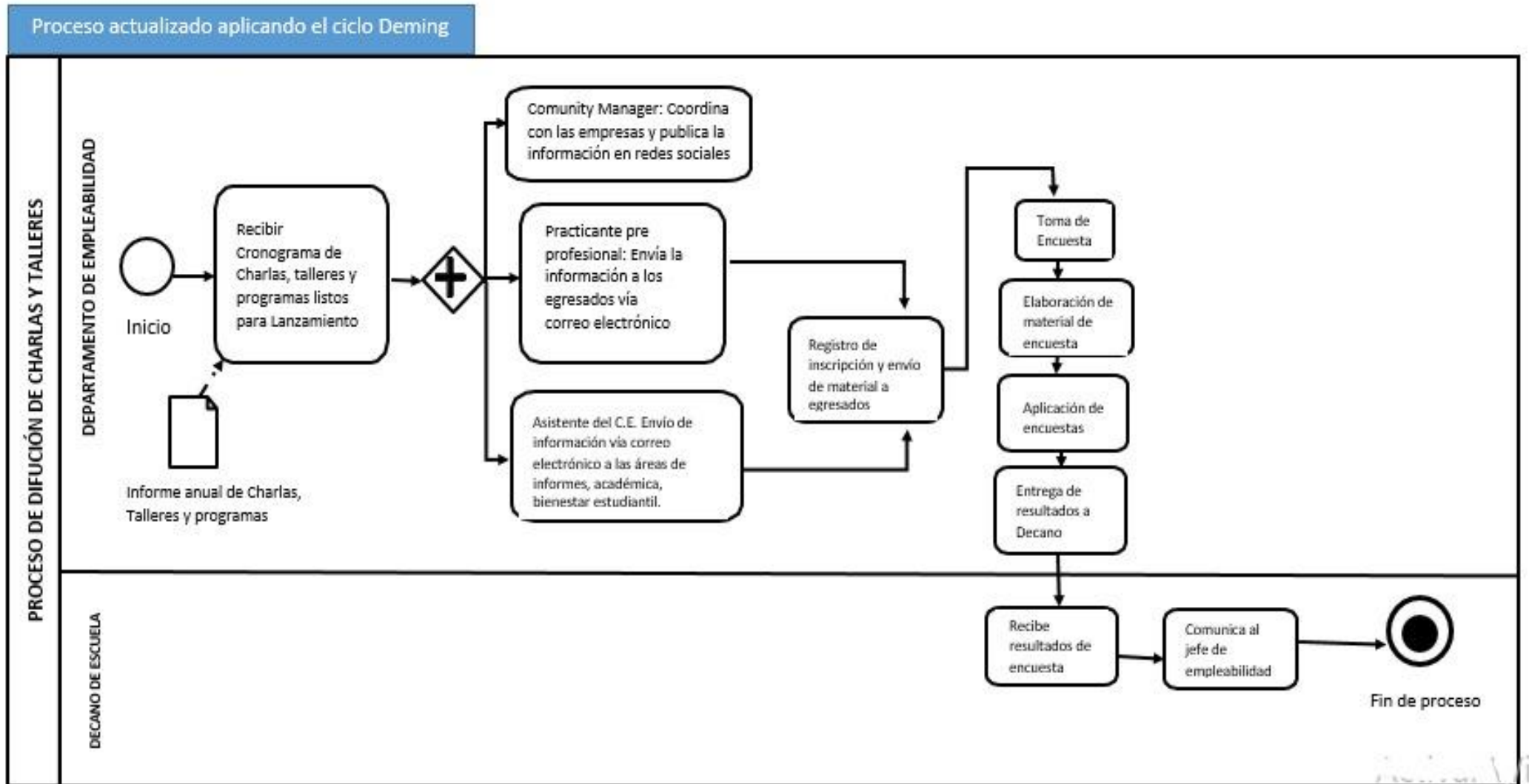


Figura 5. Proceso actualizado aplicando el ciclo de DEMING.

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Actividades

En línea con el propósito en la propuesta de solución, se ha planteado las siguientes actividades:

- Organización de los talleres del Programa de Empleabilidad.
- Difusión acerca del Programa y creación de contenido en una página de Empleabilidad en Instagram y Facebook.
- Elección de un Community Manager y reconocimiento a los egresados que van adquiriendo Empleo.
- Talleres de Networking.
- Capacitación Docentes.

5.2.1 Organización de los talleres del Programa de Empleabilidad.

Se propone realizar un informe de evidencias en el cual se identifiquen las competencias que se van a fortalecer en el programa, mostrando la relación de los talleres con sus respectivos logros y competencias. Dentro de la propuesta del programa de empleabilidad se ha considerado incorporar nuevos talleres, los cuales han sido analizados sobre la base de los procesos del diseño de un programa académico en el cual recoge información ya existente de diversos grupos de interés entre los cuales están el área de calidad académica, empleadores y docentes; además de incorporar las sugerencias obtenidas en las entrevistas de los egresados para fortalecer las competencias que mejorarían su desenvolvimiento profesional.

Tomando en cuenta los proceso para el diseño de programas académicos, según Díaz-Barriga (2014), en cuanto al planteamiento del perfil profesional, el Centro de Empleabilidad recoge la información obtenida a través de la investigación de mercado y benchmarking realizada por el área comercial, la cual es validada por el área de calidad académica quienes establecen las competencias que demanda el mercado laboral para las tres carreras de la facultad de negocios, sobre dicha información se fortalece el perfil del egresado.

Carrera de Gastronomía y Gestión empresarial.	Carrera de Administración de empresas y servicios.	Carrera de Administración de negocios hoteleros y turísticos.
<p>El graduado de esta carrera se encontrará capacitado para laborar y dirigir toda empresa del rubro de restauración, hostelería, nutrición, bebidas, clubes y clínicas, así también gestionar su propio emprendimiento con una visión amplia de operación tanto en Perú como en cualquier parte del mundo, se desenvuelve en trabajo en equipo y se comunica de forma asertiva a todo nivel, siendo reconocido como egresado de la universidad de estudio.</p>	<p>El profesional egresado de esta carrera se encontrará capacitado para expandir empresas del ámbito del comercio de servicios, es creativo y gestiona de forma eficiente el trabajo en equipo, posee capacidad de adaptación tomando decisiones en función al bienestar común y comprometido con el progreso de la sociedad a todo nivel.</p>	<p>El profesional de esta carrera se encontrará capacitado para tomar decisiones basadas en la ética y responsabilidad social, con las que guiará el futuro de las empresas de la hospitalidad incrementando el impacto positivo del turismo en la sociedad convirtiéndola en una opción de mejora de calidad de vida y consolidación de sueños del turista.</p>

Tabla 2. Perfil del egresado de las tres carreras de la Facultad de Negocios

En cuanto a la definición de competencias profesionales, el centro de empleabilidad recoge las que han sido definidas por el área de calidad de académica y selecciona principalmente aquellas que se orientan a fortalecer la empleabilidad del egresado de cada una de las tres carreras de la facultad de negocios como, por ejemplo: la capacidad de gestión, capacidad de análisis, adaptabilidad a retos y habilidades interpersonales.

En cuanto a la agrupación de competencias para la elaboración de los talleres, se propone que se muestre las competencias, los logros y los nombres de los talleres en el diseño del programa de Empleabilidad.

Con respecto a la organización de los talleres, el área de empleabilidad realiza la distribución del horario académico, estableciendo las fechas y cantidad de horas que presentarán los talleres. Se propone establecer los siguientes talleres para fortalecer las competencias intrapersonales e interpersonales con la finalidad de que los egresados puedan desenvolverse de manera adecuada en el proceso de selección ya sea mediante entrevistas o dinámicas grupales y en su desarrollo personal o profesional, que en línea con los resultados obtenidos, desearían que existiese más talleres para practicar el refuerzo de sus competencias. Por otro lado, esta propuesta se alinea con los objetivos institucionales para desarrollar profesionales competentes a fin de desenvolverse adecuadamente en el mercado laboral y fortalecer los mecanismos de inserción laboral.

Taller	Competencias	Logro
Taller de Networking	Capacidad para formar y mantener relaciones interpersonales y redes de contacto con distintas personas.	Establece redes de contacto con la finalidad de conseguir referencias laborales, apoyándose en las redes sociales que le ofrece la Institución.
CV con potencial para entrevistas	Crea presentaciones de alto impacto, para optimizar entrevistas con empresas y/o emprendimientos propios.	Elabora un Curriculum Vitae, para potenciar las habilidades y técnicas de búsqueda de empleo para tener éxito a la hora de encontrar un empleo.
Presentaciones De alto impacto	Fortalecer competencias comunicativas para transmitir ideas con seguridad y eficacia. Así como también, técnicas para desarrollar presentaciones efectivas utilizando herramientas digitales.	Desarrollar la capacidad del egresado para desenvolverse en público para transmitir y explicar ideas de manera profesional.
Inteligencia Emocional para	Fortalecer competencia de autocontrol y habilidades interpersonales con la	Fomentar la participación en equipo para potenciar habilidades interpersonales a partir del autocontrol y autoconocimiento.

dinámicas grupales	finalidad de fomentar la coordinación y toma de decisiones.	
Liderazgo personal, interpersonal y equipos	Fomentar cultura de liderazgo a través de la participación de grupos de trabajo mediante el autoconocimiento, motivación y empatía.	Desarrollar competencias de liderazgo personal e interpersonal para mejorar el desenvolvimiento en equipos de trabajo y contribuyendo a la toma de decisiones.
Acciones para la prevención del Covid -19 en el centro laboral	Capacidad para planificar de forma eficaz y establecer prioridades a través de proyectos considerando los recursos materiales y organización de las personas.	Diseña un plan de prevención de Covid -19 en el lugar de trabajo, considerando los hábitos de cuidado personal y limpieza, identificando los riesgos y fuentes de exposición potenciales.
Marca personal para entrevistas virtuales	Desarrolla condiciones para reforzar y afianzar de manera autónoma su desarrollo personal y profesional.	Expresa de manera segura sus ideas y consolida una imagen profesional, personal con la finalidad de mostrar sus fortalezas.
Consideraciones para entrevistar a un postulante	Reconocer puntos de mejora para su autodesarrollo y crecimiento personal, fortaleciendo habilidades que le faciliten una inserción rápida en el mercado laboral.	Identificar puntos que manejan los reclutadores en una entrevista para la selección de personal.
¿Cómo desenvolverte en una entrevista de selección de personal?	Capacidad para comunicar de manera efectiva ideas, escuchando y valorando con empatía el punto de vista de las demás personas utilizando una comunicación corporal y verbal adecuada al momento de responder y expresar opiniones. Capacidad para trabajar en equipo y negociación al desenvolverse en una dinámica grupal.	Expresa ideas claras y de una manera convincente utilizando recursos de oratoria y de expresión corporal para transmitir de manera impactante sus opiniones y propuestas.
Cómo adaptar mi emprendimiento para la era Covid-19	Gestiona y dirige su propia empresa teniendo en cuenta en el área del rubro gastronómico en el que se desenvuelve, ya sea restaurantes o afines u otras.	Reconoce las limitaciones que trae la pandemia e identifica las oportunidades para adaptar sus negocios a la “nueva normalidad”.
Perfil profesional en tiempos de Covid-19 y la nueva normalidad	Adaptabilidad para enfrentar cambios y desafíos en el ámbito que le compete, con aptitud de liderazgo y comunicación asertiva.	Distingue las competencias y habilidades blandas que requieren las empresas reclutadoras en el contexto de pandemia.
Manejo del estrés en tiempos de Covid -19	Determinar e implementar recursos prácticos de manejo de estrés laboral por la pandemia Covid -19.	Adquirir habilidades mediante la meditación y reflexión para superar situaciones de estrés y poder manejarlas.
Cómo redactar un LinkedIn	Capacidad de análisis y síntesis para redactar un CV de alto impacto.	Organiza y sabe utilizar la información para ordenar sus ideas para lograr ser convocado a un proceso de selección.

Tabla 3. Tabla de relación de talleres y competencias

5.2.2 Difusión acerca del Programa y creación de contenido en una página de Empleabilidad en Instagram y Facebook.

En las entrevistas realizadas a los egresados se pudo evidenciar algunos puntos de mejora, los egresados mencionaron que se informaban de los Webinar por medio del correo institucional y que muchas veces por otras actividades no lo revisaban a tiempo (ya que lo utilizaban únicamente en el periodo universitario). Se perdían de la charla y/o talleres, muchos de ellos si se informaban, pero por grupos de WhatsApp (que ellos mismo crearon para compartir cualquier tipo de información) por esa razón la propuesta de solución es la siguiente:

Objetivo: La creación de un Instagram y Facebook, las cuales serían redes sociales dedicadas única y exclusivamente a publicar contenido del programa del C.E. donde estarían agregados todos los egresados.

Frecuencia: Mensual.

Beneficio: Permitirá a los egresados ampliar su red de contactos, además de tener una información directa con la programación, horarios de los talleres, además del contenido del programa, convenios que se puedan suscitar. De esa manera, se aumentaría el nivel de satisfacción extrínseca ya que los egresados podrán conocer los diversos beneficios que brindará el C.E en el programa.

Descripción: El uso de las redes sociales son una de las fuentes primarias de información más utilizadas y necesarias para las actividades por ser un contacto directo o indirecto ya que se transmite por diversos medios electrónicos, por ello crear un Facebook e Instagram institucional del centro de empleabilidad ayudaría a poder interactuar e informarse, sería una pieza fundamental en la difusión del programa generando posicionamiento como solución a la

necesidades de una respuesta inmediata, respecto a los talleres que se realizarían y los expositores de alta trascendencia en el medio que motive al egresado a ingresar al Webinar.

Dentro de estas redes sociales podrían verse los temas a tratar como: cronogramas, videos, publicidad e inscripciones para talleres externos. Además de relacionarlas con las empresas, el cual sería un impulso en la búsqueda de su primer empleo.

Difusión del programa de empleabilidad

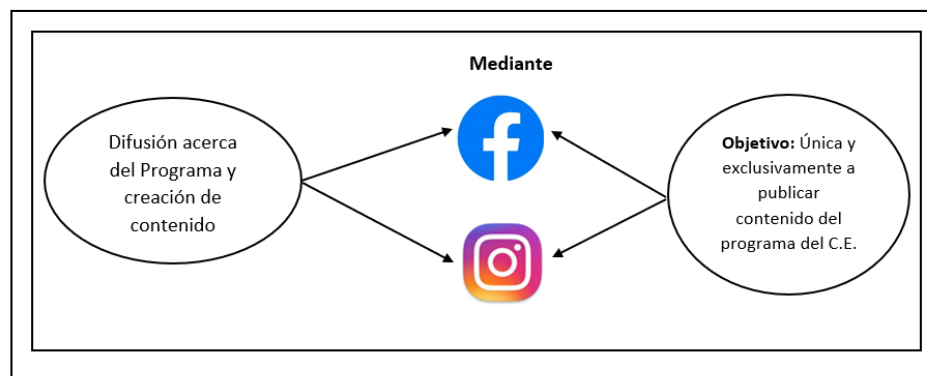


Figura 6. Difusión del programa de empleabilidad.

Fuente: Elaboración propia.

5.2.3 Elección de Community Manager y reconocimiento a los egresados que van adquiriendo Empleo.

Los egresados en las entrevistas sugieren, como puntos de mejora para incrementar el nivel de satisfacción académica, la presencia de un Community Manager. La idea es poder gestionar contenidos en las redes sociales sobre los eventos del Centro de Empleabilidad y generar participación constante de los miembros de la comunidad, además de fortalecer las redes de contactos. Luego de crear una página en redes sociales del Centro de Empleabilidad, se necesitaría una persona que pueda representar a la comunidad de los egresados que estarían cursando el programa de Empleabilidad. De esta forma, realizarían las coordinaciones con el área de talento humano de las empresas que desearían realizar ofertas laborales.

Para la elección del Community Manager, dos semanas antes de empezar el programa los egresados que participarían en dicho programa, podrían enviar al jefe del centro de empleabilidad sus curriculum vitae para poder aplicar al puesto, dicho puesto tendrá como función principal ser gestor de las redes sociales, el nexo entre los egresados y las empresas que ofrezcan ofertas laborales, generar contenido apoyado en el personal administrativo del C.E. Se proyectaría contar con cinco Community Manager durante el programa (uno por cada mes). El puesto no tendrá asignado una contraprestación salarial. Sin embargo, dicho puesto le brindaría la oportunidad al egresado seleccionado, de escoger la mejor oportunidad laboral, tener diversos contactos y fortalecer sus competencias interpersonales.

También se realizaría un programa de reconocimiento, al final de cada mes, para los egresados que han conseguido su primer empleo y de algunos que hayan realizado emprendimiento con la finalidad de que se sientan reconocidos y autorrealizados. La invitación para crear el contenido de reconocimiento que se publicaría en las redes sociales tendría que ser autorizado por los egresados. El reconocimiento consistiría en la edición de un video en los cuales se muestre fotos y algunos testimonios sobre su experiencia.

Objetivo: Reconocer el esfuerzo del Community Manager y de los egresados que van adquiriendo empleo o que hayan realizado emprendimiento, a través de un video que se publicará en la red social del C.E.

Frecuencia: Mensual. Al finalizar el mes.

Beneficios: Se fomentaría la autorrealización en los egresados ya que sentirían que luego de su dedicación y compromiso constante por aprender, lograron conseguir empleo o realizar emprendimiento. De esta manera, se mejoraría el nivel de satisfacción intrínseca. Por otro lado, al existir un Community Manager se impulsaría el nivel de satisfacción extrínseca ya que los

egresados se sienten representados por un integrante de su Equipo además de fomentar redes de contacto y poder crear contenido en las redes.

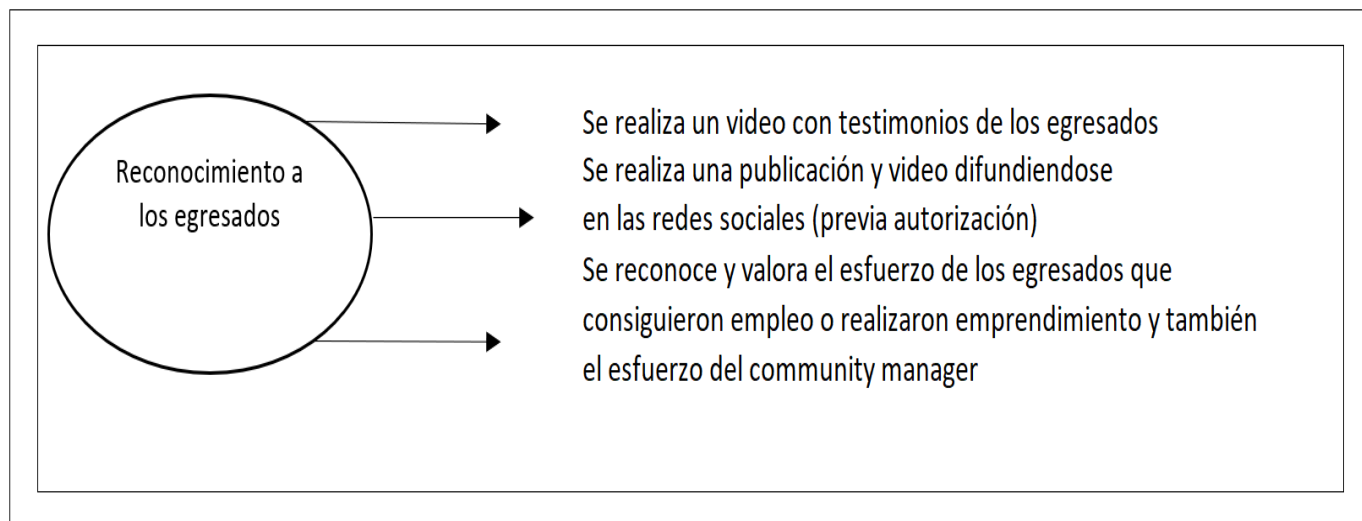


Figura 7. Reconocimiento de egresados.

Fuente: Elaboración propia.

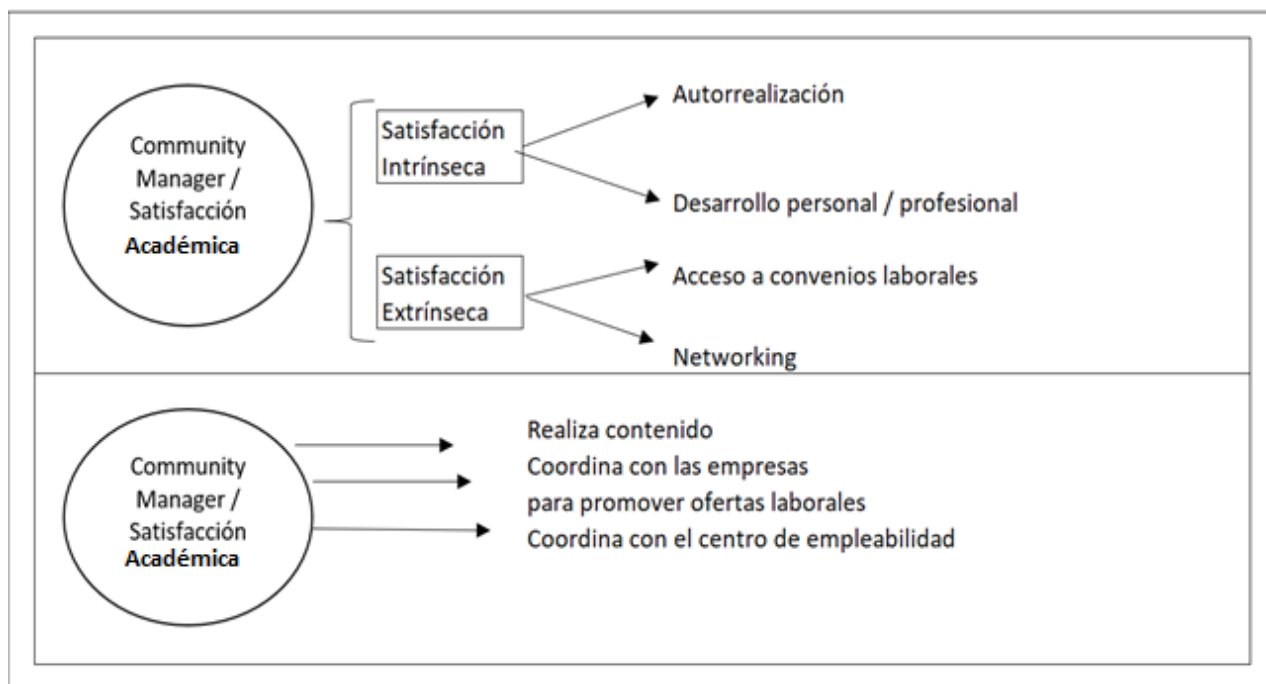


Figura 8. Community Manager y satisfacción académica.

Fuente: Elaboración propia.

5.2.4 Talleres de Networking

En las entrevistas realizadas, los egresados manifestaron que las charlas y talleres son adecuados. Sin embargo, no existe comunicación e interacción entre los participantes lo cual dificulta ampliar sus redes de contactos profesionales, por ello proponemos la creación de talleres de Networking.

Objetivo: Programar talleres de Networking para generar un primer contacto de los recién egresados con el mundo empresarial a través, de reuniones virtuales para fortalecer el nexo de la universidad con la comunidad de egresados.

Frecuencia: Los talleres de Networking serán programados una vez al mes durante los 5 meses del programa de empleabilidad completando 15 horas académicas.

Beneficio: Ampliar la red de convenios y contactos educativos manteniendo una comunicación constante con los egresados lo cual generaría un mayor nivel de satisfacción extrínseca.

Descripción: Se realizarían talleres virtuales de Networking donde los participantes podrían comunicarse con los representantes de las empresas de los sectores económicos hoteleros y gastronómicos pertenecientes a las alianzas estratégicas y convenios institucionales. Esto promovería el desarrollo del perfil del egresado y a su vez fortalecería la comunicación entre ellos, para potenciar su desarrollo y mantener la continuidad del programa de empleabilidad.

Programación de talleres de networking

Departamento	Empleabilidad
Encargado	Practicante preprofesional

Taller networking 1	
Descripción	información
Fecha de convocatoria	27 de julio 2021
Fecha de realización	27 de agosto 2021
Empresa	Empresas actividad hotelaria y turismo
Duración	3 horas (16:00 a 19:00)

Taller networking 2	
Descripción	información
Fecha de convocatoria	24 de agosto 2021
Fecha de realización	24 de setiembre 2021
Empresa	Empresas actividad gastronomica
Duración	3 horas (16:00 a 19:00)

Taller networking 3	
Descripción	información
Fecha de convocatoria	29 de setiembre 2021
Fecha de realización	29 de octubre 2021
Empresa	Empresa actividad catering y eventos
Duración	3 horas (16:00 a 19:00)

Taller networking 4	
Descripción	información
Fecha de convocatoria	26 de octubre 2021
Fecha de realización	26 de noviembre 2021
Empresa	Empresas industrias de alimentos
Duración	3 horas (16:00 a 19:00)

Taller networking 5	
Descripción	información
Fecha de convocatoria	17 de noviembre 2021
Fecha de realización	17 de diciembre 2021
Empresa	Empresa de Nutrición
Duración	3 horas (16:00 a 19:00)

Figura 9. Programación de talleres de Networking

Fuente: Elaboración propia.

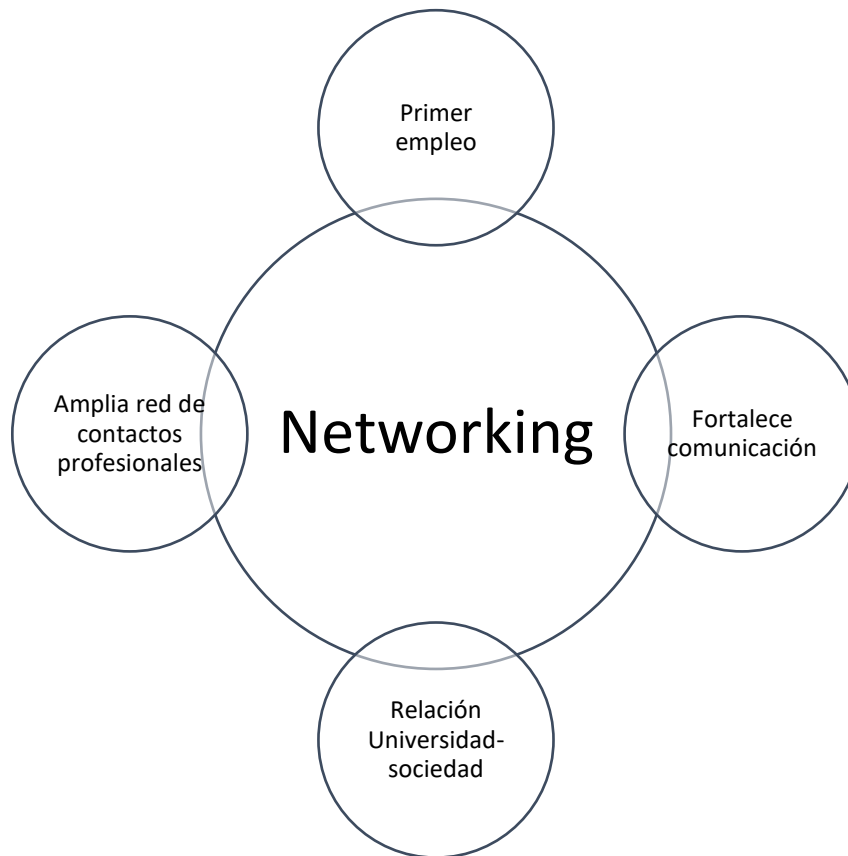


Figura 10. Networking.

Fuente: Elaboración propia.

5.2.5 Capacitación Docentes

Los egresados entrevistados del Centro de Empleabilidad (C.E.) mencionan que si bien es cierto los exponentes de cada taller tienen reconocimiento dentro del rubro, algunos sugieren que deben mejorar en la metodología aplicada y cómo captar la atención dentro del aula buscando incluir a todos en forma participativa. Por este motivo, la propuesta de solución es la siguiente: Capacitación a los docentes.

Cronograma de capacitación virtual docente:

Semana	Fecha	Duración	Capacitaciones	Temas
1	03/07/21	3 horas	Desarrollo de habilidades blandas	-Habilidades de comunicación. -Inteligencia emocional. -Manejo de estrés.
2	10/07/21	3 horas	Metodología centrada en el estudiante	-Factores que contribuyen al aprendizaje y comportamiento del estudiante -Enseñanza basada en la motivación del estudiante.
3	17/07/21	3 horas	Metodología de la enseñanza	-Estrategias didácticas -Aprendizaje basado en la resolución de problemas -Rutas de aprendizaje
4	24/07/21	3 horas	Gestión del talento docente	-Mis competencias como docente. -Perfil docente.
5	31/07/21	3 horas	Diseño Universal para el Aprendizaje	-Cómo aplicar el D.U.A. en la práctica docente. -Educación Inclusiva en el Perú.

Tabla 4. Cronograma de capacitación virtual docente.

Fuente: Elaboración propia.

Objetivo general: Promover el desarrollo adecuado de las habilidades docentes para utilizarlas como parte de la actividad en el desarrollo de capacitaciones del centro de empleabilidad de una universidad privada de Lima.

Objetivos específicos:

- Desarrollar las competencias pedagógicas y tecnológicas.
- Integrar, aplicar y evaluar el manejo de los recursos innovadores en la enseñanza actual.
- Intercambiar experiencias educativas y buenas prácticas docentes.
- Aplicar enfoques y actividades pedagógicas de vanguardia en las sesiones de clase de todas las modalidades de la enseñanza-aprendizaje.

Beneficio: Capacitar a los docentes como un proceso que busca generar cambios para mejorar la metodología de la enseñanza, exista una mejor comunicación entre los docentes y los egresados durante las sesiones de clases con la finalidad de aumentar el nivel de satisfacción extrínseca de los egresados. Con dichas capacitaciones, los docentes aprenderían contenido pedagógico sobre los nuevos paradigmas de la educación desarrollando casos prácticos para la vida cotidiana y visiones que propicien mejoras en el perfil docente que se requieren en la actualidad.

Para lo cual los docentes deberían participar de cinco talleres con duración de tres horas por cada uno, cumpliendo así quince horas de capacitación que realizarían dentro de un mes previo a las clases con los estudiantes egresados.

5.3. Cronograma de ejecución

PROYECTO EMPLEABILIDAD

Universidad Privada de Lima

				MES DE EJECUCIÓN																																			
Inicio del proyecto:		jue, 1/7/2021		JULIO						AGOSTO						SETIEMBRE						OCTUBRE						NOVIEMBRE						DICIEMBRE					
Meses para mostrar:		6		Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem						
TAREA	ASIGNADO	INICIO	FIN																																				
Organización de los Taller dentro del proceso de creación de del programa academico																																							
Elaboracion de informe				X																																			
Capacitación docente (del staff del C.E)																																							
Desarrollo de habilidades blandas	Coordinador del C.E.	3-7-21	3-7-21	X																																			
Metodología centrado en el estudiante	Coordinador del C.E.	10-7-21	10-7-21		X																																		
Metodología de la enseñanza	Coordinador del C.E.	17-7-21	17-7-21			X																																	
Gestión del talento docente	Coordinador del C.E.	24-7-21	24-7-21				X																																
Diseño Universal para el Aprendizaje	Coordinador del C.E.	31-7-21	31-7-21					X																															
Difusión acerca del Programa																																							
Diseño y calendarización de contenidos.	Practicante del C.E	1-7-21	10-7-21	X																																			
Comunicación de contenidos.	Practicante del C.E	11-7-21	11-7-21		X																																		
Evaluación de campaña de difusión.	Practicante del C.E	12-7-21	30-12-21				X			X				X					X					X			X			X									
Community Manager																																							
Eleccion Community Manager (1 CM al mes - por 5 meses)	Coordinador del C.E	19-7-21	30-7-21		X					X				X				X				X				X													
Coordinación con lar empresar para las convocatorias de Community Manager ofertar laborales.	Community Manager	2-8-21	20-12-21				X			X				X				X				X				X				X									
Reconocimiento a laCoordinator y al Community Manager por su esfuerzay dedicación.	Practicante del C.E	30-8-21	20-12-21			X				X				X				X				X				X				X									
Taller networking																																							
Taller 1	Coordinador del C.E.	27-8-21	27-8-21							X																													
Taller 2	Coordinador del C.E.	24-9-21	24-9-21								X								X																				
Taller 3	Coordinador del C.E.	29-10-21	29-10-21																X																				
Taller 4	Coordinador del C.E.	26-11-21	26-11-21																	X																			
Taller 5	Coordinador del C.E.	17-12-21	17-12-21																													X							
Encuesta de Satisfacción																																							
Proceso de encuesta	Coordinador del C.E.	22-10-21	20-12-21																															X					
Programa de empleabilidad semestre 2021-II									X	X		X	X	X		X	X	X		X	X	X		X	X	X		X	X										

Figura 11. Cronograma de ejecución.

Fuente: Elaboración propia.

5.4. Análisis costo beneficio

Actividades	Acciones	Horas	Costo por hora	Costo general
Difusión acerca del Programa	Diseño y calendarización de contenidos.	240 h	S/5	S/1200
	Comunicación de contenidos.			
	Evaluación de campaña de difusión.			
	Contratación Practicante Preprofesional (Subvención económica y compensación de horas prácticas preprofesionales)			
Presencia de un Community Manager y reconocimiento a egresados	Elección Community Manager para la coordinar con las empresas para las convocatorias de ofertas laborales. (1 CM al mes - por 5 meses)	20h	S/80	S/1600.00
	Diseño y edición de video para el reconocimiento de los egresados y al Community Manager por su esfuerzo y dedicación.	10h	S/50	S/500.00
Talleres de Networking	Convocatoria interna a las empresas	15h	S/50	S/750.00
	Ejecución del taller			
	Evaluación del taller, invitación a empresas de la alianza estratégica que tengan ofertas laborales, Pre Reclutamiento de postulantes, actividad para socialización			
Capacitación Docentes	Ejecución de la capacitación	15h	S/80	S/1200.00
Encuestas de satisfacción académica	Proceso de encuesta - selección de un practicante pre profesional	4h	S/80	S/320.00
Total		70 h		S/ 5570.00

Tabla 5. Análisis costo beneficio.

Fuente: Elaboración propia.

El costo de la presente propuesta asciende a S/ 5570, el beneficio del plan se sustenta en el fortalecimiento de las competencias de los egresados, mejora en los procesos de atención considerando una mejor difusión del programa de Empleabilidad existente y el análisis de su satisfacción académica.

Así también, cumplir con lo establecido en la Resolución del consejo directivo N° 151-2018-SUNEDU, en el cual se proyecta lograr una participación del 100% de los egresados para el año 2021 en el programa de empleabilidad con la finalidad de aumentar el número de inscritos. Así mismo, acorde con el artículo 28 de la Ley Universitaria N°30220 se estaría fortaleciendo los mecanismos de inserción laboral.

Se propone la estrategia de contratar a un practicante pre profesional con la finalidad de apoyar al área de empleabilidad con las siguientes actividades: diseño, programación y difusión de contenidos. Además del manejo de las redes sociales a fin de fortalecer la difusión del programa de empleabilidad. La contratación se establecería bajo la modalidad mixta de convenio de compensación de horas prácticas pre profesionales y subvención económica de S/400 al mes durante los 3 meses de lanzamiento del programa, lo cual representará un costo total de s/1200; la jornada de trabajo sería de 4 horas diarias cumpliendo un total de 240 horas acumuladas para la contabilización de sus horas prácticas pre profesionales, la contraprestación económica sería de s/.2100 por los cinco meses

Se propone elegir a cinco Community Manager durante el programa (uno por cada mes) cuyas funciones serían gestionar y mantener una comunicación permanente con los empleadores (reclutadores que promocionan las ofertas laborales) y la comunidad de egresados con lo cual se incrementaría el compromiso para captar la mayor participación en los talleres de networking. Los interesados para este puesto tendrían la posibilidad de enviar su curriculum vitae y serían seleccionados por el personal del C.E., el beneficio de este rol les brindaría la

oportunidad de tener una comunicación directa con los representantes de las empresas con la finalidad de poder ampliar su red de contactos, fortalecer sus habilidades interpersonales y en consecuencia podrán enriquecer su curriculum vitae con la experiencia adquirida. Para asignar el costo a dicha actividad, se tomó como referencia a las tarifas asignadas al personal del centro de empleabilidad, para esta ocasión se les asignará vales de consumo por el valor de S/ 420 para cada Community Manager, lo cual tendría el valor total de S/ 2100.

Para realizar un taller de Networking, se consideraría asignarle la carga horaria a un docente de tiempo parcial cuyo costo por hora es de S/50 con la finalidad de que acompañe al expositor (invitado de una empresa para promocionar ofertas laborales) y conduzca el taller para que los egresados participen. Se realizarán 5 talleres de tres horas cada uno, con lo cual el costo asignado para el docente a tiempo parcial sería de S/ 750 durante todo el programa. El beneficio de esta actividad se sustenta en que los egresados manifestaron en sus entrevistas que deseaban tener mayor número de talleres a fin de poder fortalecer sus habilidades interpersonales y aprender de casos grupales; también sugirieron la creación de talleres de Networking para ampliar su red de contactos.

Se propone realizar capacitaciones a los expositores que brindaran los talleres y/o charlas con la finalidad de fortalecer sus capacidades pedagógicas. El costo de dicha capacitación sería de S/ 1200.

Se propone realizar encuestas de satisfacción, para dicha actividad se contaría con el apoyo de un practicante preprofesional el cual tendrá el beneficio económico de s/.320 y su asistencia será intermitente es decir solo en las fechas programadas de toma de encuesta así también podrá validar y sumar sus horas preprofesionales requeridas para egresar.

La encuesta será programada dos veces durante los cinco meses de desarrollo del programa de empleabilidad; la primera será en el tercer mes con la finalidad de conocer el

impacto causado y qué puntos podemos mejorar sobre la marcha y la segunda en el quinto mes para medir el grado de satisfacción académica generado en los recién egresados, lo cual nos brindará indicadores para una mejora continua.

CONCLUSIONES

PRIMERA. – Las percepciones de los egresados indican que la calidad del servicio del centro de empleabilidad presenta condiciones favorables ya que describieron que la infraestructura, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía presentan características adecuadas puesto que el servicio brindado estuvo de acuerdo a sus expectativas. Del mismo modo, perciben satisfacción académica señalando que el centro de empleabilidad cubría sus necesidades de autorrealización, autonomía en la construcción de su aprendizaje, desarrollo personal y profesional, fortaleciendo los factores de satisfacción intrínseca. También, los egresados percibieron que el C.E. realizó una adecuada gestión para fortalecer los factores extrínsecos de la satisfacción académica, los cuales están representados principalmente por: enriquecimiento del contenido del programa, accesibilidad de horarios, una adecuada metodología de enseñanza, reconocida trayectoria del docente, Networking, adecuada infraestructura y convenios laborales nacionales e internacionales. Si bien los resultados muestran que se obtienen un grado de satisfacción académica adecuado un grupo de los egresados mencionaron algunas oportunidades de mejora como: optimar la difusión del programa, incrementar número de talleres que fortalezcan el networking, así también la distribución del material.

SEGUNDA. - Los resultados muestran percepciones en cuanto a los factores intrínsecos de la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios en una Universidad Privada de Lima durante el periodo 2020-I. Estos resultados se sustentan a través de las entrevistas aplicadas a los egresados, ya que describieron la autonomía en la construcción de su aprendizaje al momento de participar en los talleres y la oportunidad de investigar y seguir aprendiendo sobre diversos temas que tienen implicancia en sus carreras. Sintieron que fue de gran ayuda para desenvolverse en su entorno laboral. Así también, mencionaron que sintieron que se desarrollaron personalmente y profesionalmente porque manifestaron que hubo una

mejora en sus competencias de autoconfianza y empoderamiento, lo que los llevó a sentirse autorrealizados y con sensación de logro. De esa manera, pudieron conseguir su primer empleo y consiguieron agregar valor en el mercado laboral.

TERCERA. - Los resultados exponen percepciones en cuanto a los factores extrínsecos de la satisfacción académica de los egresados de la Facultad de Negocios en una Universidad Privada de Lima durante el periodo 2020-I. Estos resultados se obtienen a través de las entrevistas aplicadas a los egresados quienes sostuvieron que las relaciones interpersonales que obtuvieron en los talleres de Webinar les ayudó a conocer el contenido del programa y los convenios que la Institución tiene para favorecer al desarrollo de sus habilidades, a través de las políticas internas manteniendo horarios accesibles de los talleres impartidos. Además de contar, con docentes de alto renombre en el medio y con una vasta experiencia laboral, lo cual generó gran satisfacción académica porque sintieron que la Universidad cubrió sus necesidades con el servicio de calidad que brinda. Si bien los resultados mostraron que resalta la experiencia y trayectoria de los docentes también, los egresados mencionaron que desearían que los docentes tuvieran un mayor acercamiento y estrategias metodológicas para impartir los talleres, además de la poca difusión que sintieron que tenía el programa.

RECOMENDACIONES

PRIMERA. - Implementar un plan de fortalecimiento que incluya la mejora en la calidad del servicio a través de actividades en el programa que ofrece el C.E. con el propósito de fortalecer los factores intrínsecos y extrínsecos de la satisfacción académica. También se debería realizar futuras investigaciones considerando las percepciones de los docentes con la finalidad de tener más fuentes de información para mejorar la calidad del servicio y satisfacción académica.

SEGUNDA. - Fortalecer el programa ya existente en el cual se reconozca el esfuerzo de los egresados que van adquiriendo empleo con la finalidad de aumentar su sensación de logro y autorrealización. Por otro lado, también se reconocería el esfuerzo del Community manager por su dedicación en representar a los egresados y gestionar una adecuada comunicación para el bienestar de la comunidad entre los miembros. Con estas acciones se fortalecerían los factores intrínsecos de la satisfacción académica de los egresados.

TERCERA. – Implementar nuevos procesos en la gestión del programa de Empleabilidad, a través de una propuesta integral que comprenda: capacitación a los docentes, difusión del programa en redes sociales, asignación de personal de apoyo, organización de nuevos talleres, evaluación de la satisfacción del programa. Realizar capacitaciones para los docentes en habilidades blandas y aprendizaje centrado en el estudiante. Así también, realizar la difusión del programa a través de la creación de páginas en Facebook e Instagram exclusivamente para el centro de empleabilidad donde se publicaría información de los horarios, talleres, eventos y ferias laborales, el apoyo de un Community manager, quién sería el encargado de manejar las redes sociales para los egresados. De esa forma, se ampliaría la red de contactos a través del Networking, y realizar una encuesta de satisfacción al final del programa para obtener información para que exista una mejora continua en la calidad del servicio. Con estas acciones se fortalecerían los factores extrínsecos de la satisfacción académica de los egresados.

BIBLIOGRAFÍA

- Díaz-Barriga, Á. (2014). *Construcción de programas de estudio en la perspectiva del enfoque de desarrollo de competencias*. Perfiles Educativos.
- Agrega , M., Bernal , J., & Lauretti, P. (2016). Satisfacción académica en estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Universidad del Zulia. *Multiciencia*, vol. 16, núm. 3, pp. 301-309.
- Alarcón Cavero , P., & López Fernández, D. (2014). Motivación en estudiantes de ingeniería: Un caso de estudio con teorías e instrumentos para su medida y desarrollo. *Docencia universitaria* , 343-376.
- Alfaro Peña, G. (2015). *Satisfacción laboral de los docente en la Universidad Científica del Sur, Villa el Salvador, 2015*.
- Andrade Yopez , L. P. (2017). *Factores intrínsecos y extrínsecos que determinan la satisfacción laboral en trabajadores de campo del sector bananero de la empresa Estebanagri Cia. Ltda*. Guayaquil.
- Arambewela, R., & Hall, J. (2006). A Comparative Analysis of International Education Satisfaction Using SERVQUAL. *Journal of Services Research*, 141-163.
- Arguello Erazo, S., García Zapata, T., & Saltos Aguilar, W. (2017). La lealtad de los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba - Ecuador. *Red de Revistas Científicas Sistema de Información Científica Redalyc*.
- Arroyave García, J. A., & Hurtado-Cardona, O. L. (2019). Calidad del servicio educativo en una institución de educación superior- IES. privada de la ciudad de pereira (Colombia). *Revista Empresarial*, 35 - 47.

- Aspajo, A., Meza Liviapoma, J., Novoa Sandoval , P., Roque Roque, J., & Toro Huamanchumo, C. (2018). Satisfacción laboral del médico egresado de una universidad peruana: estudio preliminar. *Investigación en educación médica* , 88-89.
- Bárcenas Ortiz, R. (2009). Pertinencia: Una dimensión de la calidad de la enseñanza. Valor intrínseco en las relaciones encaminadas al consenso de las normas y los contenidos curriculares. *Tiempo de Educar*, 349-378.
- Basantes Avals, R. A. (2017). *Modelo ServQual Académico como factor de desarrollo de la calidad de los servicios educativos y su influencia en la satisfacción de los estudiantes de las carreras profesionales de la Universidad Nacional Chimborazo Riobamba - Ecuador*.
- Bejar Pullo, E., Gamarra Morales , J., & Pariona Poma, M. (2015). *Motivación intrínseca y rendimiento académico del 1º ciclo del semestre académico 2014-I de la UNAC, 2014*. Callao.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* . Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). *Building a new academic field—The case of services marketing*. *Journal of retailing*.
- Bitner, M., & Zeithaml, V. (2002). *Marketing de servicios*. McGraw-Hill Interamericana.
- Bravo, A., Casas , M., & Tobón, M. (2016). Satisfacción académica y profesional de estudiantes universitario. *Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 110-129.
- Brito Carrillo, C., Curiel Gómez, R., & Fong Silva, W. (2017). Aprendizaje significativo y su relación con la motivación intrínseca, escuela de procedencia y estrategias cognitivas en estudiantes de ingeniería. *Científica Multidisciplinaria*.

- Carranza Carranza , A. (2019). *SIGNIFICADO DEL CONSTRUCTO CALIDAD DE LA EDUCACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DEL CUARTO CICLO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA EN LIMA, DURANTE EL PERÍODO 2019 – I*. Lima.
- Castro, J., Rivera, M., & Yamada, G. (2012). *Educación Superior en el Perú: Retos para el Aseguramiento de la Calidad*. Lima: SINEACE.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Churampi Cangalaya, R. L. (2016). *Aplicación del modelo servqual para medir la percepción de la calidad del servicio del sistema de administración académica en los estudiantes de la Facultad De Ingeniería de Sistemas de la Uncp, 2016*. Lima.
- Cortada, J., & Woods, J. (1995). *The McGraw-Hill Encyclopedia of Quality Terms & Concepts: the most comprehensive collection of quality management terms and*.
- Crosby, P. (1988). *La Organización Permanentemente Exitosa*.
- Dieterich, H. (Junio 2001). *Nueva guía de investigación científica*. México : Planeta Mexicana S.A.
- Druker, P. F. (1990). *Dirección de Instituciones sin fines de lucro*. El Ateneo.
- Estrada , J., & Garcia , O. (2012). Nivel de satisfacción de los egresados en la carrera de ingeniería agronómica de la universidad de Oriente. *UDO agrícola*.
- Farfan , R. (2015). Estudios sobre pecepcion de atención humanizado y su relación con la calidad de atención en el servicio de radiodiagnóstico del hospital de alta complejidad virgen de la puerta de trujillo colegio de enfermeros del Perú. *UCV scientia*.

- Farías, F. A. (2016). Propuesta de una definición de calidad para la universidad. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina.*, 97-111.
- Fernandez Nodales, F. A., & Lima Montenegro, S. (2017). La educación a distancia en entornos virtuales de enseñanza aprendizaje. Reflexiones didácticas. *Atenas*, Vol. 3 Núm. 39.
- Ferreira, A. R. (2018). *La calidad de los servicios educativos y la satisfacción del estudiante extranjero de la Universidad Peruana Unión, Lima, 2017*. Lima.
- Fonseca Camargo, F. (2019). Calidad total en el escenario de la Educación Superior. *Conrado*, 163-167.
- Fuertes Seder, A., Ferrís Catell, R., & Grimaldo Moreno, F. (2018). ¿Un cambio de metodología que aumente la satisfacción y motivación del estudiante favorece su aprendizaje? Experiencias en el aula. *Actas de las Jenui*, 335-342.
- Gleason Guevara, K. (2018). *Nuevas formas de empleabilidad y sus impactos en los estudios de trayectorias escolares y de egresados*. México.
- Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas.
- González Medina, M. A., Montemayor Campos, K. M., & Treviño Villarreal, D. C. (2019). Habilidades socioemocionales y su relación con el logro educativo en alumnos de Educación Media Superior. *Revista de Psicología y Ciencias del comportamiento de la Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales Vol. 10 Núm. 1*.
- Gottardi, M. (2015). Autonomía en el aprendizaje en la educación a distancia: competencias a desarrollar por estudiantes. *Revista Brasileira de Aprendizaje Aberta ea Distância*.

- Hassan, S., & Mohd, F. S. (2019). Measuring the Effect of Service Quality and Corporate Image on Student Satisfaction and Loyalty in Higher Learning Institutes of Technical and Vocational Education and Training. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* . México : Mc Graw Hill.
- Herzberg, F. (1966). *Work and the Nature of Man*.
- Herzberg, F. (1966). *Work and the nature of man*. Cleveland. World Publishing Company.
- Huapaya Capcha , Y. A. (2019). Gestión por procesos hacia la calidad educativa en el Perú. *Koinomía*, 243-261.
- Hwang, Y.-S., & Choi, Y. K. (2019). Higher education service quality and student satisfaction, institutional image, and behavioral intention. *Social Behavior and Personality: an international journal* 47.2, 1-12.
- Ishikawa, K. (1991). *Control estadístico de la Calidad*. Díaz de Santo, SA.
- Juran, J. M. (1990). *Juran y la planificación para la calidad*.
- Koenes, A. (1998). *Diseño del servicio*. Madrid: Díaz de Santos.
- Koenes, A. (1998). *Diseño del servicio*. Madrid: Díaz de Santos.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing*. Pearson.
- Lachira Angaspilco, A. A., & Martínez Gahona, C. (2018). *Calidad del servicio y satisfacción de los egresados de la carrera de Administración de Empresas de una universidad privada de Trujillo, 2018*.

- Lamoyi Bocanegra, C. L., Sandoval Caraveo, M., & Surdez Pérez, E. G. (2018). Satisfacción estudiantil en la valoración de la calidad educativa universitaria. *Educación y Educadores*.
- López Quilca, F. J. (2015). *Calidad de servicios educativos y la satisfacción de estudiantes de administración de las universidades de la Región Junín*. Junín.
- Martín Carabalo , A., Paralera Morales , C., & Ramirez Hurtado , J. (2017). *Estudio de la satisfacción de los estudiantes universitarios con asignaturas de contenido cuantitativo*.
- Matsumoto Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas* , 181-209.
- Medrano , L., & Pérez , E. (2010). Adaptación de la Escala de Satisfacción Académica a la Población Universitaria de Córdoba. *SUMMA Psicológica UST*.
- Mejía Acosta, A., Valle Barra, M., & Vega Robles, A. (2013). La calidad de los servicios universitarios: reflexiones a partir del estudio de casos en el contexto latinoamericano. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial* , 1560-9146 .
- Mejías Acosta, A. A. (2005). *Modelo para medir la calidad del servicio en los estudios universitarios de postgrado*.
- Mejías Acosta, A. A., & Ortiz Arciniegas, J. A. (2017). *Percepción de la calidad de los servicios prestados por la Universidad Militar Nueva Granada con base en la escala Servqualing, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple*.
- Molina Rodríguez , A. (2019). *CALIDAD DE SERVICIO Y PERCEPCIÓN DE*. Lima.

Moscoso Paricoto, I. (2019). *PERTINENCIA DE LA FORMACION PROFESIONAL DE LICENCIADOS EN TURISMO EN LA REGION CUSCO 2019*.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos .

Pecina Leyva, R. (2019). *Evaluación de la satisfacción académica del estudiante de enfermería sobre la calidad del servicio educativo. Evaluation of academic satisfaction of the nursing student on the quality of the education service*.

Prieto , G., & Delgado, A. R. (2010). FIABILIDAD Y VALIDEZ. *Papeles del Psicólogo*, 67.

Real Academia Española. (2014). ASALE.

Reilly, M., & Westbrook, R. (1983). *Value-percept disparity: an alternative to the disconfirmation of expectations theory of consumer satisfaction*. ACR North American Advances.

Rodríguez Betanzos, A., & Pérez Medina , A. (s.f.). Satisfacción del egresado respecto de su formación profesional.

Rodríguez Zamora, R., & Espinoza Núñez, L. A. (2017). La generación de ambientes de aprendizaje: un análisis de la percepción juvenil. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo* , 2007 - 7467.

Ruiz Esteban, C. M., & Santos del Cerro, J. (2020). The satisfaction of university students with their professors”.

Ruiz Olorte, D. A. (2019). *“Percepción de calidad de servicio de enseñanza en alumnos de la facultad de ciencias empresariales de una universidad privada en Lima metropolitana”*, . Lima.

Rust, R. T., Zahorik, A. J., & Keiningham, T. L. (1996). *Service Marketing*.

- Sierra, V. (2010). El proceso de formación del profesional en la educación superior basado en competencias: el desafío de su calidad, en busca de una mayor integralidad de los egresados. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 117-134.
- Suárez Bazalar, R. (2015). *El nivel de calidad de servicio de un centro de idiomas aplicando el modelo Servqual caso: Centro de idiomas de la Universidad Nacional del Callao periodo 2011-2012*.
- Subires Mancera, M., & Olmedo Salar, S. (2013). Universidad, sociedad y networking: perspectivas ante el uso de las redes sociales de perfil académico profesional. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 1037- 1047 .
- SUNEDU. (2019). *II Informe Bienal Sobre La Realidad Universitaria En El Perú* . Lima.
- Surdez Pérez, E. G., Sandoval Caraveo, M. d., & Lamoyi Bocanegra, C. I. (2018). Satisfacción estudiantil en la valoración de la calidad educativa universitaria. *Educación y Educadores*, Tomo 21, N.º 1, (Jan-Apr 2018): 9-26.
- Torres Samuel, M., & Vásquez Stanescu, C. L. (2015). *Modelos de evaluación de la calidad de servicio: Caracterización y análisis*.
- UNESCO. (2020). *COVID-19 y educación superior: De los efectos inmediatos al día después*.
- Vera Ballon, E. L. (2017). "Modelo Servqual en la verificación de la satisfacción de la calidad de servicio académico universitario caso: escuela de administración de empresas UCSM, arequipa 2017". Arequipa.
- Yi, Y. (1989). *A critical review of consumer satisfaction*. Michigan.

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista a los egresados

1.- ¿Consideras que el programa académico cumplió con los temas propuestos y con tus expectativas? ¿De qué manera y por qué?
2.- ¿Qué llamo más tu atención en la difusión del programa académico del C.E.? Coméntanos alguna sugerencia.
3.- ¿De qué manera las aulas muestran adecuada presentación (iluminación, limpieza, mobiliario) /el entorno virtual presenta buena conexión, adecuada presentación y organización? ¿Cómo contribuye la plataforma virtual y las herramientas tecnológicas al proceso enseñanza-aprendizaje?
4.- ¿De qué manera en el C.E. el expositor es eficaz en contestar una duda o consulta? ¿Cómo consideras el tiempo de respuesta por parte del expositor ya sean consultas en clase, vía correo y envío de material?
5.- ¿De qué manera en el C.E. los expositores generan un ambiente de confianza para que se genere la participación activa e intercambio de ideas?
6.- ¿De qué manera sientes que lo aprendido en el programa académico del C.E. es útil para tu desempeño laboral?
7.- ¿Cómo definirías la escucha activa del expositor cuando tu intervienes? ¿De qué manera en el C.E. brinda atención personalizada, sientes que existen horarios que se adecuan a tu disponibilidad?
8.- ¿Cómo el programa del C.E. te genera satisfacción de logro y autorrealización?
9.- ¿De qué manera el centro de empleabilidad te brinda herramientas de autonomía en la construcción de tus aprendizajes?
10.- ¿De qué manera los programas ofrecidos por el C.E. contribuyen a tu desarrollo personal y profesional?

11.- ¿Cómo es la atención brindada por parte del docente y personal administrativo?

12.- ¿Cómo influye los recursos virtuales y la metodología de enseñanza en tu experiencia en el programa académico?

13.- ¿De qué manera el programa te da la oportunidad de ampliar tu red de contactos?

Anexo 2: Programa de talleres y charlas desarrollados en el periodo 2020-I

1. “Acciones para la prevención del Covid-19 (Parte I)” realizado el 31 de marzo del 2020.
2. “Acciones para la prevención del Covid-19 (Parte II)” realizado el 31 de marzo del 2020.
3. “CV con potencial para entrevistas” transmitido el 16 de abril del 2020.
4. “Acciones para la prevención del Covid-19 (Parte III)” realizado el 31 de marzo del 2020.
5. “Marca personal para entrevistas virtuales” transmitido el 23 de abril del 2020.
6. “Consideraciones para entrevistas a un postulante” transmitido el 30 de abril del 2020.
7. “¿Cómo desenvolverse en una entrevista de selección de personal?” transmitido el 7 de mayo del 2020.
8. “Cómo adaptar mi emprendimiento para la era Covid-19” transmitido el 25 de junio del 2020.
9. “Perfil profesional en tiempo de Covid-19 y la nueva normalidad” transmitido el 2 de julio del 2020.
10. “El derecho turístico y la actualidad normativa en turismo, hospedaje y restaurantes en El Perú” transmitido el 6 de julio del 2020.
11. “Alimentación estrategias y nuevas tendencias en la restauración post pandemia” transmitido el 9 de julio del 2020.
12. “Servicios afines a la hotelería y gastronomía en los que pueden incursionar los hoteleros” transmitido el 16 de julio del 2020.
13. “Tendencias en alimentos saludable y conceptos innovadores” transmitido el 23 de julio del 2020.
14. “Manejo del estrés en tiempos de Covid-19” transmitido el 6 de agosto del 2020.
15. “Recomendaciones para la conservación de alimentación durante la epidemia” transmitido el 13 de agosto del 2020.

16. “El yield management y su importancia en la gestión de tu restaurante” transmitido el 20 de agosto del 2020.

17. “Alimentación en tiempos de Covid-19” transmitido el 27 de agosto del 2020.

18. “El futuro de la gastronomía: ¿Cuántos tiempo crees que pasará antes de que los robots hagan el trabajo mejor que tú?” transmitido el 3 de setiembre del 2020.