

**Quality of service in the public university: an analysis of the satisfaction
of postgraduate university students**

**Calidad del servicio en la universidad pública: un análisis de la
satisfacción del estudiante universitario de posgrado**

Autores:

Ing. Muñoz-Alvarado, Mario Aníbal
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
Maestrante
Riobamba – Ecuador



marioma30@outlook.com



<https://orcid.org/0009-0004-8170-0865>

Mgtr. Puente-Riofrío, Mariana Isabel
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
Docente investigador
Riobamba – Ecuador



mariana.puente@unach.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0001-9245-551X>

Fechas de recepción: 08-DIC-2024 aceptación: 08-ENE-2025 publicación: 15-MAR-2025



<https://orcid.org/0000-0002-8695-5005>

<http://mqrinvestigar.com/>

Resumen

La satisfacción estudiantil es fundamental para el éxito institucional, por lo que objetivo de este estudio fue analizar la calidad del servicio y su impacto en la satisfacción de 234 estudiantes de posgrado de la Universidad Nacional de Chimborazo, seleccionados mediante muestreo probabilístico estratificado, utilizando un enfoque cuantitativo, descriptivo y correlacional, aplicando el modelo HEdPERF y Análisis de variación. Los resultados revelaron una alta consistencia interna (alfa de Cronbach: 0,865 - 0,979) y que tres componentes (aspectos académicos, no académicos y reputación) explicaron el 71,40% de la varianza en la satisfacción, confirmando una fuerte correlación positiva (0,772) entre la calidad del servicio y la calidad de los estudiantes. satisfacción. Se concluye que la satisfacción de los estudiantes es multidimensional, influenciada por factores académicos, reputación y aspectos no académicos, destacando la importancia de una gestión integral de la calidad para mejorar la experiencia del estudiante de posgrado.

Palabras clave: Calidad de servicio; Satisfacción estudiantil; HEdPERF; Universidad pública

Abstract

Student satisfaction is fundamental for institutional success, so the objective of this study was to analyze the quality of service and its impact on the satisfaction of 234 graduate students at the National University of Chimborazo, selected by stratified probability sampling, using a quantitative, descriptive, and correlational approach, applying the HEdPERF model and Analysis of Variance. The results revealed a high internal consistency (Cronbach's alpha: 0.865 - 0.979) and those three components (academic, non-academic aspects and reputation) explained 71.40% of the variance in satisfaction, confirming a strong positive correlation (0.772) between service quality and student quality. satisfaction. It is concluded that student satisfaction is multidimensional, influenced by academic factors, reputation, and non-academic aspects, highlighting the importance of comprehensive quality management to improve the graduate student experience.

Keywords: Service quality; Student satisfaction; HEdPERF; Public university;

Introducción

La calidad de los servicios universitarios públicos en el Ecuador atraviesa una profunda crisis, resaltada por deficiencias sistémicas que impactan negativamente en la satisfacción de los estudiantes de posgrado. Estas deficiencias van desde deficiencias en infraestructura y recursos didácticos hasta métodos de enseñanza obsoletos y una formación deficiente del personal docente y administrativo. A esto se suma la falta de programas de apoyo estudiantil y asesoría académica, lo que genera un ambiente educativo que no satisface las expectativas ni necesidades de los estudiantes. Las consecuencias de este problema son graves y afectan no sólo la satisfacción de los estudiantes, sino también la competitividad profesional y, en definitiva, el desarrollo del país.

Las universidades públicas de Ecuador enfrentan una crisis financiera debido a los recortes presupuestarios del 5% al 20% impuestos por el Ministerio de Economía y Finanzas. La Asamblea del Sistema de Educación Superior del Ecuador (ASESEC) denuncia que estos recortes, implementados sin previo aviso, violan el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas y ponen en riesgo la estabilidad de las instituciones, influyendo en la contratación de personal, el funcionamiento y el ingreso de estudiantes. ASESEC exige cumplimiento de la ley y protección de los recursos destinados a la educación superior (El educador, 2024).

La magnitud del problema se refleja en estudios que revelan altos niveles de insatisfacción entre los estudiantes de doctorado, lo que resulta en altas tasas de deserción y bajo rendimiento académico. Un análisis realizado por Vallejo et al. (2018), en las universidades de Cuenca, a pesar de mostrar una satisfacción estudiantil superior al 65%, revela que el 3,67% de los estudiantes se declaran totalmente insatisfechos. Estos datos, junto con la falta de recursos y la ineficiencia en la gestión institucional, confirman la existencia de un problema estructural que requiere atención urgente.

En el estudio se examinan diferentes factores y sus aspectos específicos para medir la conexión entre la calidad del servicio y la satisfacción del alumno. La variable independiente, Calidad del Servicio, se divide en cinco dimensiones: Aspectos no académicos (servicios administrativos); Aspectos académicos (calidad de la enseñanza); Reputación (percepción general); Acceso (a recursos y servicios); Comprensión (comunicación institucional). La variable dependiente es la Satisfacción del Cliente (STFC), definida como el nivel de conformidad de los estudiantes con los servicios y experiencias obtenidas durante su formación de posgrado. Este método integral permite un estudio detallado de cómo cada aspecto de la calidad del servicio influye en la satisfacción general de los estudiantes.

Varias investigaciones han abordado el tema de la calidad del servicio en la educación superior. Por ejemplo, en Ecuador, Salazar & Cabrera (2016), analizaron la calidad del servicio en los procesos de matrícula en la Universidad Nacional de Chimborazo utilizando el modelo SERVQUAL. Este modelo les permitió comparar los aspectos encontrados y determinar la brecha entre percepciones y expectativas, evaluando así la calidad del servicio. Los resultados mostraron una calidad de servicio promedio y la necesidad de mejorar la experiencia del proceso de solicitud de ingreso a la universidad.

A nivel internacional en Bolivia, Gómez et al. (2023), utilizaron el modelo SERVQUAL en un marco neutrosófico para evaluar la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano los resultados revelaron una disminución en la calidad percibida de los servicios, lo que resalta la importancia de mejorar los procesos para alcanzar las metas institucionales. En esta dirección, Alvarez (2021), realizó un estudio en Perú con el objetivo de determinar la influencia del modelo HEdPERF en la satisfacción de los estudiantes, la investigación, concluyó que el modelo tiene un impacto significativo en la satisfacción de los estudiantes y que cada una de sus dimensiones influye en diferente medida en las percepciones de calidad.

Esta investigación se centra en analizar la calidad del servicio y su impacto en la satisfacción de los estudiantes de posgrado de la Universidad Nacional de Chimborazo. Para ello se evaluarán factores de calidad del servicio mediante el modelo HEdPERF, identificando componentes clave de la gestión institucional. Posteriormente, se analizará la varianza de las expectativas de los estudiantes de máster para determinar su nivel de satisfacción. Finalmente, se utilizará un modelo de análisis estadístico exploratorio para explicar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes, verificando así la hipótesis planteada.

Antecedentes

Chin & Sri (2011), examinan la relación entre la calidad del servicio (SQ) y la satisfacción de los estudiantes (SS) a través de un estudio de campo realizado con 100 estudiantes de pregrado en una universidad de Malasia. Los resultados revelan que SQ es un factor vital que determina el nivel de SS. Específicamente, se encontró que cuanto mejor era la SQ proporcionada por la Universidad, mayor era el nivel de SS. La capacidad de respuesta, la confianza y la empatía son las tres dimensiones de SQ que están significativamente relacionadas con el nivel de SS. Los hallazgos de este estudio han contribuido significativamente al conjunto de conocimientos sobre la gestión de la satisfacción de los estudiantes en instituciones de educación superior.

El estudio de Cledes et al. (2008), examina la satisfacción de los estudiantes universitarios a través de un modelo jerárquico que relaciona la calidad del servicio, la imagen y la satisfacción con las intenciones futuras. Los resultados confirman la relación entre calidad, imagen y satisfacción y su impacto en las intenciones favorables, pero no encuentran relación entre precio y satisfacción. El estudio también destaca la influencia del origen étnico y el año de estudio en las percepciones, proporcionando información valiosa para el desarrollo de estrategias de servicio en la educación superior.

Athiyaman (1997) revela que, considerando la abundancia de publicaciones sobre satisfacción del consumidor y calidad de servicio, se ha prestado poca atención a clarificar los fundamentos conceptuales de estos conceptos. Los teóricos en el campo de la calidad del servicio sostienen que la corriente popular no distingue entre estos dos conceptos. Se aclara la relación entre la satisfacción del consumidor y la calidad del servicio, utilizando un escenario específico para la educación superior. Asimismo, se propone un modelo de alta calidad de servicio que podría aplicarse en las instituciones de educación superior. Se discuten las implicaciones conceptuales y de gestión de estas salas.

De acuerdo con Khalid et al. (2019), la literatura actual sobre la calidad del servicio en la educación superior ha indicado que la correcta implementación de HEDPERF en el funcionamiento organizacional mejora la calidad del servicio y la satisfacción laboral, lo que a su vez mejora el desempeño organizacional. En su estudio midió la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción entre los profesores de los politécnicos de Malasia mediante cuestionarios autoadministrados recopilados de 187 profesores y analizados con SPSS versión 26.

Esta evidencia empírica revela que los factores no académicos, académicos, programáticos y de acceso predicen significativamente la satisfacción laboral, mientras que la reputación no tiene un impacto relevante. Lo que confirman la importancia de implementar correctamente los aspectos académicos, no académicos, programáticos y de accesibilidad para aumentar la satisfacción de los empleados. Esto sugiere que los estudiantes deben ser tratados como clientes clave para lograr la excelencia en el servicio.

Revisión de literatura

Calidad del servicio

Kotler et al. (1996), ofrecen una definición contemporánea de *servicio* como una actividad o beneficio que una parte puede proporcionar a otra, esencialmente intangible y que no implica la propiedad de ningún objeto. La producción de un servicio puede estar asociada o no a un producto físico. Esta definición resalta el carácter efímero e intangible de los servicios,



diferenciándolos de los bienes tangibles, y enfatiza que el valor de un servicio radica en la experiencia o beneficio proporcionado, más que en un objeto concreto.

La *calidad* no tiene un significado específico si no está relacionada con una función y/u objeto particular, ya que es una característica perceptiva, condicionada y, en cierta medida, subjetiva. Según Gartner & Drucker (1987), “la calidad de un producto o servicio no es lo que ofrece el proveedor, sino lo que obtiene el cliente y por lo que está dispuesto a pagar”. Parasuraman et al. (1985a), señalan que la calidad es una comparación entre expectativas y desempeño. Crosby (1987), define la calidad como “la conformidad con los requisitos”, subrayando la importancia de cumplir las especificaciones establecidas para satisfacer las necesidades del cliente.

El concepto de *calidad del servicio* está vinculado a las percepciones y expectativas de los clientes. Según García et al. (2022), la calidad percibida del servicio surge de la comparación entre las expectativas previas al servicio y las percepciones sobre las acciones de la empresa. Villanueva (2019), definen la calidad del servicio como la capacidad del servicio, sus procesos y la organización para satisfacer las expectativas del usuario.

Sasser & Wyckoff (1978), identificaron siete atributos clave de la calidad del servicio: seguridad (confianza y seguridad física), consistencia (trato uniforme en cada transacción), actitud (cortesía), integridad (disponibilidad de servicios auxiliares), condición (condición de las instalaciones), disponibilidad (acceso a servicios en el tiempo y espacio) y capacitación (capacitación de proveedores de servicios).

En la educación superior, la definición de calidad del servicio es un tema de debate. Páez et al. (2021), describen la calidad educativa como un concepto ambiguo y controvertido. La definición de calidad en este ámbito varía en función del compromiso de los distintos actores y de la cultura institucional de la Universidad. Las partes interesadas incluyen estudiantes, padres, comunidad local, sociedad y gobierno. Araica & Hernández (2020), sostiene que la calidad del servicio educativo radica en las experiencias únicas que contribuyen al desarrollo integral del estudiante. Sin embargo, Acevedo et al. (2022), señalan que las universidades reconocen cada vez más la importancia de comprender y mejorar la calidad del servicio.

Modelo HEdPERF como instrumento para medir la calidad de servicio en las universidades

Abdullah (2006), desarrolló la escala HEdPERF (Higher Education PERFormance) en Malasia, basada en el modelo SERVPERF, para medir la calidad del servicio en el sector de la educación superior. Este autor sostiene que las escalas genéricas anteriores no son adecuadas para evaluar específicamente este ámbito. Por lo tanto, las instituciones de educación superior (IES) pueden utilizar HEdPERF para comprender las percepciones de los

estudiantes y mejorar los servicios que ofrecen. Similar a SERVPERF, HEDPERF equilibra la calidad del servicio con el rendimiento ($Q = P$).

La escala fue validada mediante análisis factorial en una muestra de 409 estudiantes de seis escuelas secundarias de Malasia, demostrando su unidimensionalidad, confiabilidad y validez. Posteriormente, la escala se perfeccionó en cinco dimensiones principales: aspectos no académicos, aspectos académicos, reputación, acceso y entendimiento, manteniendo sus 41 ítems originales.

La *satisfacción* se define como la evaluación posterior a la compra que hace el consumidor de la experiencia general del servicio (proceso y resultado). Es un estado afectivo (emocional) receptivo en el que las necesidades, deseos y expectativas del consumidor se satisfacen o superan durante las experiencias de servicio (Díaz & Salazar, 2021). Desde otra perspectiva, Oliver (2014), lo describen como un juicio evaluativo luego de elegir una compra específica, que puede aproximarse mediante la ecuación: $\text{satisfacción} = \text{percepción del desempeño} - \text{expectativas}$. Giese & Cote (2003), la conceptualizan como una respuesta afectiva sintética de intensidad variable centrada en aspectos específicos de adquisición y/o consumo, que ocurre en el momento preciso en que el individuo evalúa metas.

El término "satisfacción de los estudiantes" incluye varias interpretaciones. Según Bautista et al. (2020), en el contexto universitario esta satisfacción está influenciada por la percepción de la calidad de las actividades curriculares y otros aspectos vinculados a la institución educativa, potenciando también la sensibilidad y empatía de los docentes, así como la disponibilidad de apoyo cuando sea necesario. Tacca et al. (2020), propone tratar a los estudiantes como clientes dentro del entorno universitario, priorizando así la satisfacción de los estudiantes para satisfacer de manera óptima sus expectativas y necesidades.

Por otro lado Pino et al. (2020), definen la satisfacción de los estudiantes como una actitud de corto plazo, derivada de la evaluación del servicio educativo recibido, sugiriendo que está estrechamente ligada a la experiencia educativa y a cómo los estudiantes perciben la calidad de los servicios ofrecidos por la institución.

Relación entre la calidad del servicio percibido y la satisfacción de los estudiantes en la educación superior.

En el contexto de la Educación Superior, la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes es fundamental. La calidad del servicio se refiere a la efectividad y excelencia de los servicios ofrecidos por la institución educativa, que van desde la enseñanza y el aprendizaje hasta los servicios e infraestructura de apoyo. La satisfacción

de los estudiantes, por otro lado, proviene de las percepciones de los estudiantes sobre la calidad de estos servicios y cómo estos servicios satisfacen sus expectativas y necesidades.

Cuando la calidad del servicio es alta, es más probable que los estudiantes estén satisfechos con su experiencia educativa. Esto puede conducir a una mayor retención de estudiantes, un mayor compromiso académico y mejores resultados de aprendizaje. Por lo tanto, las instituciones de educación superior deben esforzarse por mejorar continuamente la calidad de sus servicios para garantizar la satisfacción y el éxito de sus estudiantes (Bwachele et al., 2023).

Varias investigaciones previas han puesto de relieve la relación entre la calidad de los servicios ofrecidos en la educación superior y la satisfacción de los estudiantes. Abdullah (2006), identificó varios elementos, como los aspectos no académicos, académicos, programáticos, el acceso y la reputación, como determinantes de la calidad del servicio en esta área. Jungblut et al. (2015), ampliaron este análisis identificando ocho dimensiones clave que van desde el diseño y la evaluación del currículo hasta las estructuras académicas y no académicas y la orientación y representación de los estudiantes.

Estévez & Vélez (2021), destacaron la importancia de una comunicación efectiva entre profesores y estudiantes, así como de la interacción positiva entre ambos, como factores cruciales para lograr los objetivos académicos y, en última instancia, aumentar la satisfacción de los estudiantes. Además, estudios como los de (Berná & Fernández, 2012; Siddique et al., 2022) han apoyado la premisa de que la interacción profesor-alumno, junto con el desempeño docente y el asesoramiento, ejerce una influencia significativa en la experiencia académica y en la satisfacción de los estudiantes.

Castillo et al. (2013), tras entrevistar a estudiantes universitarios españoles, concluyeron que factores como el profesorado, los métodos de enseñanza y la administración de los cursos son claves para generar satisfacción en los estudiantes a corto plazo. Por lo tanto, se plantean las siguientes hipótesis:

H_0 = La gestión inadecuada de la calidad del servicio tiene un impacto negativo en la satisfacción del estudiante de posgrado de la Universidad Nacional de Chimborazo.

H_1 = La gestión adecuada de la calidad del servicio tiene un impacto positivo en la satisfacción del estudiante de posgrado de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Material y métodos

Estrategia de investigación

El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, caracterizado por la recopilación y análisis de datos numéricos para determinar patrones, relaciones o tendencias. Este enfoque permitió medir objetivamente la calidad del servicio que ofrece la universidad pública y su relación con la satisfacción de los estudiantes universitarios ecuatorianos. La cuantificación de las percepciones, actitudes y comportamientos de los estudiantes se realizó mediante el uso de herramientas estandarizadas, que facilitaron la comparación y el análisis estadístico. El diseño descriptivo permitió identificar y analizar objetivamente la calidad del servicio universitario, brindando una visión clara de cómo fue percibido el servicio por los estudiantes.

Por otro lado, se utilizó el diseño correlacional para examinar la relación o asociación entre dos o más variables cuantitativas, en este caso la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes de maestría. El diseño no experimental fue particularmente valioso en contextos donde realizar experimentos controlados era imposible por razones éticas, prácticas o teóricas, siendo útil para evaluar percepciones y actitudes sin intervención directa, aunque presentaba desafíos para establecer conexiones relacionales con absoluta certeza.

Población y muestra

Para este estudio la población total estuvo compuesta por 595 estudiantes de la Dirección de Posgrado de la Universidad Nacional de Chimborazo. De esta población se seleccionó una muestra de 234 encuestados para participar en la investigación. La selección de la muestra se llevó a cabo mediante un método de muestreo probabilístico estratificado, asegurando que todos los subgrupos de interés estuvieran adecuadamente representados en la muestra.

Diseño y confiabilidad del instrumento

Se utilizaron cuestionarios estandarizados basados en el modelo HEdPERF propuesto por Abdullah (2006), creado específicamente para el contexto educativo. Este modelo se enfoca en la percepción del desempeño del servicio educativo, permitiendo evaluar aspectos no académicos (ASNAC), académicos (ASAC), reputación (RPTC), el acceso (ACC) y el entendimiento (ETDM) que pueden influir directamente en la satisfacción (STFC) de los estudiantes de maestría de la Universidad Nacional de Chimborazo.

La encuesta estuvo compuesta por ítems que evaluaron las dimensiones de la calidad del servicio según HEdPERF, incluyendo aspectos académicos, aspectos no académicos, reputación, acceso, entendimiento. Cada ítem se midió mediante una escala Likert,



permitiendo a los participantes expresar su grado de acuerdo o desacuerdo con cada afirmación. Además, la encuesta incluyó preguntas demográficas para facilitar análisis más detallados y segmentados. La administración de la encuesta se realizó en línea, lo que facilitó la participación de los estudiantes en la maestría y aseguró una recolección de datos eficiente y efectiva.

La evaluación de la confiabilidad del instrumento se realizó mediante el coeficiente alfa de Cronbach, medida reconocida por su capacidad para evaluar la consistencia interna o confiabilidad de un conjunto de ítems o preguntas en pruebas o cuestionarios, tal como lo indican (Hernández et al., 2014). Los valores alfa de Cronbach varían y reflejan diferentes niveles de confianza en la interpretación de los datos. Un valor de 1,00 indica una fiabilidad perfecta, mientras que valores entre 0,72 y 0,99 indican una fiabilidad excelente.

Los valores entre 0,66 y 0,71 se consideran muy fiables, mientras que los valores entre 0,60 y 0,65 se consideran meramente fiables. Se interpreta confiabilidad baja cuando el valor está entre 0,54 y 0,59, y cualquier valor por debajo de 0,53 se considera confiabilidad cero. Estos rangos proporcionan una evaluación de la solidez de los datos y la confianza que se puede depositar en ellos a la hora de tomar decisiones o sacar conclusiones.

Tabla 1. *Determinación de coeficiente de consistencia interna por escala*

Dimensiones	Alfa de Cronbach	No. de elementos
Aspectos no académicos (ASNAC)	0.865	4
Aspectos académicos (ASAC)	0.855	3
Reputación (RPTC)	0.915	6
Acceso (ACC)	0.897	3
Entendimiento (ETDM)	0.922	5
Satisfacción del Cliente (STFC)	0.957	9
Alfa global	0.979	30

Nota. Datos obtenidos con el software SPSS

El análisis de la calidad del servicio en una universidad pública, desde el punto de vista de los egresados, revela datos numéricos significativos. Las dimensiones evaluadas presentan una alta consistencia interna, oscilando el Alfa de Cronbach entre 0,865 y 0,979. Los aspectos académicos (0,865) y no académicos (0,855), junto con la reputación (0,915) y el acceso (0,897), muestran una fiabilidad considerable, sustentada en la evaluación de entre tres y seis ítems cada uno.

Destaca especialmente la dimensión satisfacción del cliente (0,957), lo que indica una fiabilidad excepcional en la evaluación de la satisfacción de los egresados. Finalmente, el

alfa global para el conjunto de todos los elementos evaluados es de (0,979). Estos resultados fortalecen la validez del instrumento de medición utilizado y ofrecen una visión detallada de la percepción de los estudiantes de posgrado sobre la calidad del servicio en la universidad pública.

Método estadístico aplicado en los resultados

Para determinar los factores que influyen en la satisfacción de los estudiantes de posgrado en las universidades públicas, se utilizó el software estadístico SPSS versión 26. Se aplicó un análisis factorial exploratorio (AFE) para identificar dimensiones clave de la calidad del servicio educativo. La idoneidad del AFE se confirmó mediante el coeficiente KMO y la prueba de esfericidad de Bartlett. Posteriormente, se analizó la matriz de componentes rotados para determinar los principales determinantes de la satisfacción de los estudiantes. Este enfoque estadístico permitió una comprensión profunda de los datos y proporcionó una base sólida para mejorar la calidad del servicio en las universidades públicas.

Resultados

En el siguiente apartado se ha detallado de forma clara y accesible el perfil de los participantes en la muestra de estudio. Este análisis proporcionó una interpretación exhaustiva y precisa de cada factor relevante identificado en la investigación. Luego, se realizó un análisis factorial integral para identificar y comprender los elementos que jugaron un papel crucial en la calidad y satisfacción de los estudiantes de posgrado de la Universidad Nacional de Chimborazo. Esta fase fue esencial para obtener conocimientos profundos y significativos que facilitaron una comprensión integral de cada uno de los elementos que influyeron en la calidad y satisfacción de los estudiantes.

Resultados descriptivos

Tabla 2. Perfil sociodemográfico

		Frecuencia	Porcentaje
Sexo	Masculino	66	28.2
	Femenino	168	71.8
Edad	18 - 24	177	75.6
	25 - 30	34	14.5
	31 - 35	22	9.4
	Mayor a 35	1	0.4
Estado civil	Soltero	192	82.1
	Casado	32	13.7
	Divorciado	5	2.1

	Unión libre	4	1.7
	Viudo	1	0.4
Permanencia en la universidad	Menos de 1 año	44	18.8
	1 - 2 años	67	28.6
	2 - 4 años	80	34.2
	4 - 6 años	38	16.2
	Más de 6 años	5	2.1
Programa de Posgrado	Administración pública	29	12.4
	Contabilidad y finanzas	21	9.0
	Gerencia hospitalaria	32	13.7
	Gestión del talento humano	30	12.8
	Pedagogía de las ciencias experimentales	22	9.4
	Pedagogía de las artes y las humanidades	23	9.8
	Pedagogía de los idiomas nacionales y extranjeros	27	11.5
	Pedagogía de la lectura y la escritura	32	13.7
	Educación básica	18	7.7
	Total	234	100.0

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada y procesados en el software estadístico SPSS.

Los datos revelaron que la mayoría de los 234 estudiantes eran mujeres (71,8%) y jóvenes, con un 75,6% en el grupo de edad de 18 a 24 años. Además, el 82,1% eran solteros, lo que refleja un predominio de estudiantes sin compromisos matrimoniales. La relevancia universitaria varió, pero la mayoría permaneció entre 2 y 4 años (34,2%), seguida de los que permanecieron entre 1 y 2 años (28,6%). Sólo el 2,1% permaneció más de 6 años, lo que sugiere que la mayoría completó sus estudios en un tiempo razonable.

En cuanto a la elección de programas de posgrado, Gestión Hospitalaria y Enseñanza de Lectura y Escritura fueron los más populares, cada uno con el 13,7% de los estudiantes. Otros programas destacados fueron Administración Pública (12,4%), Gestión del Talento Humano (12,8%) y diversos programas pedagógicos y contables, con participaciones inferiores al 10%. Esta distribución indica una diversidad de intereses académicos entre los estudiantes de posgrado, con notable predilección por las áreas de gestión y pedagogía.

Explicación y determinación de factores mediante la aplicación del Análisis factorial

Al analizar la calidad del servicio en las universidades públicas, fue fundamental identificar los factores que influyeron en la satisfacción de los estudiantes de posgrado para optimizar su experiencia educativa. Se utilizó análisis factorial exploratorio para evaluar la relevancia de los datos, considerando indicadores como el coeficiente KMO y la prueba de esfericidad de Bartlett. Este análisis nos permitió determinar los componentes y explicar la varianza, proporcionando una comprensión más profunda de las dimensiones clave de la calidad del servicio educativo.

A continuación, se utilizó la matriz de componentes en el espacio rotado para identificar los determinantes de la satisfacción de los estudiantes. Este enfoque metodológico proporcionó una base sólida para mejorar la calidad del servicio en las universidades públicas, asegurando que las estrategias implementadas estuvieran alineadas con las necesidades y expectativas de los estudiantes de posgrado.

Coeficiente KMO y Prueba de esfericidad de Bartlett

Para evaluar la interrelación entre las variables relativas de la calidad del servicio y satisfacción del estudiante se utilizó el coeficiente de adecuación muestral KMO (Kaiser-Meyer-Olkin). Este coeficiente analiza correlaciones parciales entre elementos, lo que permite determinar si existe una asociación significativa entre ellos, indicativa de la presencia de factores comunes. Su propósito es comprobar si los datos muestrales son apropiados para un análisis factorial, buscando correlaciones parciales de pequeña magnitud. Según Hernández et al. (2010), un valor entre 0,7 y 0,8 indica una idoneidad significativa para este análisis.

Tabla 3. Coeficiente KMO y Prueba de esfericidad de Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.964
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	7217.757
	gl	435
	Sig.	0.000

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada y procesados en el software estadístico SPSS.

Como se observa en la tabla 3 el índice KMO obtenido fue de 0,964, lo que indicó una excelente adecuación muestral (Kaiser, 1974). Este valor cercano a 1 mostró una fuerte relación entre las variables observadas, lo que justificó la aplicación del AFE (análisis factorial exploratorio) para identificar los factores latentes. Además, la prueba de esfericidad de Bartlett arrojó un valor de $\chi^2(435) = 7217,757$, $p < 0,000$. Este resultado altamente



significativo rechazó la hipótesis nula de que la matriz de correlación es una matriz de identidad.

Es decir, se confirmó la existencia de correlaciones significativas entre las variables, lo que apoyó aún más la relevancia del análisis factorial en el estudio. Por lo tanto, tanto el índice KMO como la prueba de esfericidad de Bartlett confirmaron la adecuación de la muestra y la importancia de aplicar el análisis factorial para explorar las dimensiones que subyacen a la percepción de los estudiantes sobre la calidad del servicio en la universidad.

Determinación de componentes y varianza explicada

Tabla 4. Determinación de componentes y varianza explicada

Componente	Varianza total explicada		
	Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado
Aspectos no académicos	9.078	30.260	30.260
Aspectos académicos	8.194	27.315	57.574
Reputación	4.148	13.828	71.402

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada y procesados en el software estadístico SPSS.

Los resultados del análisis de componentes principales (ACP), presentados en la Tabla 4, revelaron la existencia de tres componentes principales que explicaban la satisfacción de los estudiantes de posgrado con la calidad del servicio en la universidad pública. Estos componentes, denominados “Aspectos Académicos”, “Aspectos No Académicos” y “Reputación”, explicaron el 71,40% de la varianza total en las respuestas de los estudiantes.

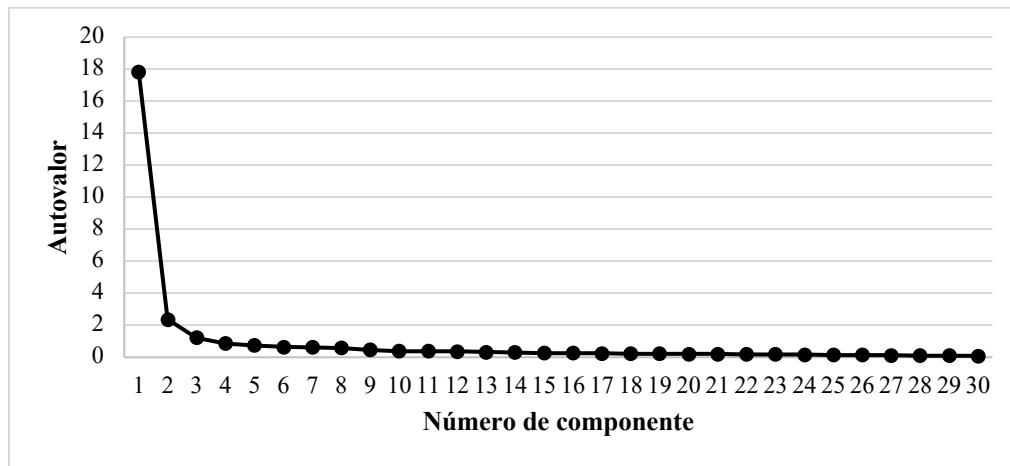
El componente "Aspectos académicos" explicó la mayor parte de la variación (30,26%) y probablemente reflejó la satisfacción con elementos como la calidad de la enseñanza, el contenido del programa, la disponibilidad de recursos académicos y las oportunidades de investigación. El segundo componente, “Aspectos no académicos”, explicó el 27,31% de la varianza y puede estar relacionado con la satisfacción con la infraestructura, los servicios administrativos, la vida estudiantil, las actividades extracurriculares y el ambiente del campus.

Finalmente, el componente “Reputación”, que explicó el 13,83% de la varianza, logró reflejar la percepción general de la universidad, su prestigio, la evaluación de sus egresados en el mercado laboral y la imagen proyectada ante la sociedad.

Estos hallazgos sugirieron que la satisfacción de los estudiantes de posgrado con la calidad del servicio universitario es un constructo multidimensional influenciado por factores académicos, no académicos y de reputación. Las instituciones que buscan mejorar la satisfacción de sus estudiantes de posgrado deben considerar todos estos aspectos. Es importante señalar que, si bien los “aspectos académicos” explicaron la mayor variación, mejorar los “aspectos no académicos” y la “reputación” también podría contribuir significativamente a una experiencia estudiantil más satisfactoria.

Gráfico de sedimentación

Figura 1. Gráfico de sedimentación



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada y procesados en el software estadístico SPSS.

El gráfico de sedimentación mostró una fuerte caída en los valores propios entre el primer y el segundo componente, lo que indica que el primer componente principal capturó una gran cantidad de la variabilidad presente en los datos. Este gráfico sugirió que los dos primeros componentes eran los más significativos, siendo el valor propio del primero aproximadamente 18. Después del segundo componente, los valores propios se estabilizaron, acercándose a cero, lo que indica que los componentes adicionales contribuyeron muy poco para explicar la variabilidad total.

Este punto de inflexión en la curva, conocido como "rodilla", marcaba el número óptimo de componentes a mantener. Por lo tanto, era razonable concluir que retener los dos primeros componentes era suficiente para explicar la mayor parte de la varianza en el conjunto de datos, permitiendo simplificar el modelo sin perder información significativa.

a) Matriz de componente en espacio rotado



Tabla 5. Matriz de componente en espacio rotado

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada y procesados en el software estadístico

Componente			
	ASNAC	ASAC	RPTC
ASNAC1	0.125	0.241	0.824
ASNAC2	0.219	0.175	0.847
ASNAC3	0.235	0.168	0.841
ASNAC4	0.035	0.380	0.768
ASAC1	0.835	0.085	0.153
ASAC2	0.838	0.132	0.239
ASAC3	0.636	0.397	0.214
RPTC1	0.772	0.277	0.173
RPTC2	0.464	0.580	0.380
RPTC3	0.527	0.540	0.336
RPTC4	0.610	0.426	0.303
RPTC5	0.056	0.733	0.326
RPTC6	0.360	0.709	0.330
ACC1	0.412	0.716	0.237
ACC2	0.556	0.628	0.194
ACC3	0.699	0.378	-0.009
ETDM1	0.618	0.566	0.089
ETDM2	0.636	0.558	0.079
ETDM3	0.619	0.488	0.109
ETDM4	0.641	0.565	0.164
ETDM5	0.481	0.654	0.197
STFC1	0.457	0.696	0.288
STFC2	0.350	0.700	0.327
STFC3	0.489	0.708	0.298
STFC4	0.394	0.709	0.214
STFC5	0.586	0.494	0.186
STFC6	0.601	0.435	0.249
STFC7	0.627	0.577	0.264
STFC8	0.676	0.466	0.227
STFC9	0.707	0.442	0.082

SPSS.

La Tabla 5 reveló varias áreas clave relacionadas con la calidad del servicio de las universidades públicas y la satisfacción de los estudiantes de posgrado. En cuanto a los aspectos no académicos (ASNAC), destacó la coherencia entre las estructuras y servicios

ofrecidos (0,567) y la cortesía del personal (0,611). En los aspectos académicos (ASAC), el cumplimiento de los compromisos en la prestación de servicios alcanzó una calificación positiva (0,507), aunque se identificó como área de mejora la confianza en el conocimiento del profesorado (0,591). La Reputación (RPTC) mostró una percepción favorable, aunque no excelente, en cuanto a la modernización de equipos (0,520), y la atención personalizada por parte del personal administrativo fue catalogada como área de mejora (0,415).

En términos de acceso (ACC) y comprensión (ETDM), los estudiantes calificaron positivamente la empatía y el apoyo emocional (0,672), así como los servicios de salud (0,775). Cumplir las promesas (0,524) y comprender las necesidades de los estudiantes (0,711) también obtuvieron puntuaciones altas. La satisfacción del cliente (STFC) fue alta en resolución de problemas (0,725) y atención personalizada (0,719). Estos hallazgos indicaron que, aunque la universidad pública tuvo un buen desempeño en varias áreas críticas, había espacio para mejorar la reputación del conocimiento de los profesores y la atención personalizada del personal administrativo para aumentar aún más la satisfacción de los estudiantes y la percepción de la calidad del servicio.

Discusión

Tabla 6. Comprobación de hipótesis con Rho de Spearman

Relación de hipótesis		Satisfacción del cliente
Aspectos no académicos	Rho	.638**
	Sig. (bilateral)	0.000
Aspectos académicos	Rho	.772**
	Sig. (bilateral)	0.000
Reputación	Rho	.829**
	Sig. (bilateral)	0.000
Acceso	Rho	.828**
	Sig. (bilateral)	0.000
Entendimiento	Rho	.861**
	Sig. (bilateral)	0.000

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada y procesados en el software estadístico SPSS.

H₀= La gestión inadecuada de la calidad del servicio tiene un impacto negativo en la satisfacción del estudiante de posgrado de la Universidad Nacional de Chimborazo.

H₁= La gestión adecuada de la calidad del servicio tiene un impacto positivo en la satisfacción del estudiante de posgrado de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Este estudio reveló una relación positiva y significativa entre los componentes de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el contexto universitario, lo que corrobora investigaciones previas en el campo de la docencia. La fuerte correlación (0,772) entre Aspectos Académicos (ASAC) y satisfacción del cliente (STFC) coincide con los resultados de autores como Elliott & Shin (2002), quienes demostraron la influencia decisiva de la calidad percibida de la enseñanza en la satisfacción de los estudiantes. Asimismo, la Relevancia de la Reputación (RPTC) (correlación de 0,829) está en línea con estudios como el de Nguyen & Leblanc (2001), que muestran la importancia de la imagen institucional en la percepción general del servicio educativo.

Es importante destacar que, aunque los aspectos académicos tuvieron un peso clave, este estudio también destacó la importancia de los aspectos no académicos (ASNAC) (correlación de 0,638) en la satisfacción del cliente. Este resultado está respaldado por investigaciones como la de Hill, (1995), que demostró la influencia de factores como la infraestructura, los servicios administrativos y el entorno de aprendizaje en la satisfacción de los estudiantes.

De manera similar, la correlación significativa entre el acceso a los servicios (ACC) (0,828) y la comprensión de las necesidades de los estudiantes (ETDM) (0,861) con la satisfacción del cliente respalda la importancia del enfoque centrado en el estudiante, tal como lo proponen autores como Parasuraman et al. (1991), en su modelo SERVQUAL.

Estos hallazgos sugirieron que una gestión integral de la calidad, que abarque aspectos académicos y no académicos y aborde eficientemente las necesidades de los estudiantes, es fundamental para garantizar la satisfacción de los estudiantes. Por lo tanto, los resultados de este análisis permitieron rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alternativa (H_1), confirmando que una adecuada gestión de la calidad del servicio tiene un impacto positivo en la satisfacción de los egresados de la Universidad Nacional de Chimborazo. Estos hallazgos resaltaron la necesidad de una atención continua y fortalecida a todos los aspectos de la calidad del servicio universitario para mantener y aumentar la satisfacción de los estudiantes.

Este estudio confirma la existencia de una relación positiva y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes de posgrado de la Universidad Nacional de Chimborazo, corroborando investigaciones previas en el campo. La calidad de la enseñanza, la imagen institucional y el acceso a los servicios han mostrado una fuerte correlación con la satisfacción de los estudiantes, destacando la influencia de la percepción del servicio educativo en su conjunto. Es crucial resaltar que los aspectos no académicos, como la infraestructura y el entorno de aprendizaje, también mostraron una correlación significativa con la satisfacción, lo que subraya la importancia de un enfoque integral.

Conclusiones

El presente estudio logró alcanzar los objetivos planteados al probar la hipótesis de que una adecuada gestión de la calidad del servicio incide positivamente en la satisfacción de los estudiantes de posgrado de la Universidad Nacional de Chimborazo. Mediante el uso del modelo HEDPERF y análisis factorial exploratorio se identificaron tres componentes principales (Aspectos No Académicos, Aspectos Académicos y Reputación) que explican el 71,40% de la varianza en la satisfacción de los estudiantes. La fuerte correlación (0,772) entre los aspectos académicos y la satisfacción del cliente, junto con la importancia de la reputación (0,829) y los aspectos no académicos (0,638), confirma la hipótesis de que la calidad del servicio tiene un efecto significativo y positivo en la percepción del cliente por parte de los estudiantes.

Durante la investigación se identificaron varias limitaciones que podrían haber influido en los resultados. En primer lugar, la muestra estaba compuesta predominantemente por mujeres jóvenes (71,8% de los 234 encuestados), lo que puede no reflejar plenamente la diversidad de la población estudiantil. Además, aunque el índice KMO (0,964) y la prueba de esfericidad de Bartlett ($\chi^2(435) = 7217,757$, $p < 0,000$) justifican la aplicación del análisis factorial, la explicación de la varianza podría beneficiarse de una explicación más amplia y diversa. Finalmente, centrarse en un contexto universitario único limita la generalización de los hallazgos a otras instituciones de educación superior.

Los estudios futuros pueden profundizar en la influencia de variables demográficas y socioeconómicas en la satisfacción de los estudiantes de posgrado, así como en la relación entre satisfacción y rendimiento académico. Es necesario explorar estrategias para mejorar la gestión de la calidad de los servicios universitarios, incluidos estudios comparativos con otras instituciones como la Universidad Nacional de Chimborazo. Finalmente, es fundamental evaluar el impacto a largo plazo de las mejoras en la gestión de la calidad sobre la satisfacción y el éxito de los estudiantes.

Referencias bibliográficas

- Abdullah, F. (2006). The development of HEDPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector. *International Journal of Consumer Studies*, 30(6), 569–581. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2005.00480.x>
- Acevedo Calamet, F. G., Gago Benito, F., da Silva Muñoz, M. A., & Bastos Olivera, A. L. (2022). Estado del arte sobre concepciones de la calidad de la educación superior. *Sophía*, 32, 119–150. <https://doi.org/10.17163/soph.n32.2022.03>
- Alvarez Tay, R. C. (2021). Evaluación del nivel de satisfacción del estudiante respecto al servicio educativo bajo el enfoque del modelo HEDPERF en las universidades públicas que integran la Alianza Estratégica de la Universidad Peruana y que implementaron el mecanismo de licenciamiento. *Industrial Data*, 24(1), 23–47. <https://doi.org/10.15381/idata.v24i1.17749>
- Araica, R., & Hernández, M. M. (2020). Hacia la definición conceptual del constructo Calidad de la Educación Superior en el contexto de la Universidad Nacional Agraria. *Revista Educación*, 44(2). <https://doi.org/10.15517/revedu.v44i2.40522>
- Athiyaman, A. (1997). Linking student satisfaction and service quality perceptions: the case of university education. *European Journal of Marketing*, 31(7), 528–540. <https://doi.org/10.1108/03090569710176655>
- Bautista, I., Carrera, G., León, E., & Laverde, D. (2020). Evaluación de satisfacción de los estudiantes sobre las clases virtuales. *Minerva*, 1(2), 5–12. <https://doi.org/10.47460/minerva.v1i2.6>
- Berná Sicilia, C., & Fernández Castrillo, C. (2012). La comunicación entre profesores y estudiantes de periodismo: canales y espacios de interacción en entornos on line de aprendizaje. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 387–404. <https://doi.org/10.15178/va.2011.117E.387-404>
- Bwachele, V. W., Chong, Y.-L., & Krishnapillai, G. (2023). Perceived service quality and student satisfaction in higher learning institutions in Tanzania. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 444. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01913-6>
- Castillo, R., Fernández-Berrocal, P., & Brackett, M. A. (2013). Enhancing Teacher Effectiveness in Spain: A Pilot Study of The RULER Approach to Social and Emotional Learning. *Journal of Education and Training Studies*, 1(2). <https://doi.org/10.11114/jets.v1i2.203>

- Chin Wei, C., & Sri Ramalu, S. (2011). Students Satisfaction towards the University: Does Service Quality Matters? *International Journal of Education*, 3(2). <https://doi.org/10.5296/ije.v3i2.1065>
- Clemes, M. D., Gan, C. E. C., & Kao, T.-H. (2008). University Student Satisfaction: An Empirical Analysis. *Journal of Marketing for Higher Education*, 17(2), 292–325. <https://doi.org/10.1080/08841240801912831>
- Crosby, P. (1987). *La calidad no cuesta. El arte de cerciorarse de la calidad.* (CECSA.).
- Díaz Muñoz, G. A., & Salazar Duque, D. A. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *PODIUM*, 39, 19–36. <https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2>
- Eleducador. (2024, January 30). *Recorte de 88 millones en presupuesto para las universidades públicas - El Educador*. El Educador. <https://eleducador.ec/recorte-de-usd-88-millones-en-presupuesto-para-las-universidades-publicas-y-escuelas-politecnicas/#>
- Elliott, K. M., & Shin, D. (2002). Student Satisfaction: An alternative approach to assessing this important concept. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 24(2), 197–209. <https://doi.org/10.1080/1360080022000013518>
- Estévez Abad, F., & Estévez Vélez, A. (2021). Comunicación efectiva en salud: evaluación de una experiencia docente en estudiantes de medicina de Cuenca, Ecuador. *Revista de Bioética y Derecho*, 52, 85–104. <https://doi.org/10.1344/rbd2021.52.34162>
- García Dominguez, A. A., Gamarra Rivera, M. D., & Cruzado Portalanza, Á. I. (2022). Calidad de servicio en educación superior. *Horizontes. Revista de Investigación En Ciencias de La Educación*, 6(23), 744–758. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v6i23.374>
- Gartner, W. B., & Drucker, P. F. (1987). Innovation and Entrepreneurship. *The Academy of Management Review*, 12(1), 172. <https://doi.org/10.2307/258006>
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2003). Defining Consumer Satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 2000(1).
- Gómez, V., Flores, A., Delgado, N., Reigosa, A., & Tolozano, M. (2023). A neutrosophic SERVQUAL model approach to study the quality of te. *Neutrosophic Sets and Systems*, 62(1), 96–103.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación, 5ta Ed* (Quinta). www.FreeLibros.com

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., María del Pilar Baptista Lucio, D., Méndez Valencia, S., & Mendoza Torres, C. P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta).

Hill, F. M. (1995). Managing service quality in higher education: the role of the student as primary consumer. *Quality Assurance in Education*, 3(3), 10–21. <https://doi.org/10.1108/09684889510093497>

Jungblut, J., Vukasovic, M., & Stensaker, B. (2015). Student perspectives on quality in higher education. *European Journal of Higher Education*, 5(2), 157–180. <https://doi.org/10.1080/21568235.2014.998693>

Kasper, H., Van Helsdingen, P., & De Vries Jr., W. (1999). *Services Marketing Management, An International Perspective*. Wiley.

Khalid, S. M., Ali, K. A. Mohd., & Makhbul, Z. K. M. (2019). Assessing the effect of higher education service quality on job satisfaction among lecturers in premier polytechnics using hedperf model. *Logforum*, 15(3), 425–436. <https://doi.org/10.17270/J.LOG.2019.356>

Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1996). *Principles of Marketing: Vol. Second* (European).

Nguyen, N., & Leblanc, G. (2001). Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions in services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(4), 227–236. [https://doi.org/10.1016/S0969-6989\(00\)00029-1](https://doi.org/10.1016/S0969-6989(00)00029-1)

Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315700892>

Páez Luna, D. L., Camargo Celis, D. R., & Muriel Perea, Y. de J. (2021). Calidad de las instituciones de educación superior desde la perspectiva de América Latina y el Caribe. *Signos*. <https://doi.org/10.15332/24631140.6350>

Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420–450.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. In *Source: The Journal of Marketing* (Vol. 49, Issue 4).
- Pino, R. M., Arévalo-Avecillas, D., & Padilla-Lozano, C. (2020). El liderazgo servidor y la satisfacción laboral en estudiantes de maestría en administración de empresas. *Formación Universitaria*, 13(6), 205–216. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062020000600205>
- Salazar Yépez, W., & Cabrera Vallejo, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo- Ecuador. *Industrial Data*, 19(2), 13. <https://doi.org/10.15381/idata.v19i2.12811>
- Sasser, R., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of Service Operations*. (Allyn and Bacon).
- Siddique, Z.-H., Hussain, S., Ahmad, M. S., & Hussain, S. (2022). Relationship of Teacher-Student Interaction, Learning Commitment and Student Learning Comfort at Secondary Level. *International Research Journal of Education and Innovation*, 3(2), 156–169. [https://doi.org/10.53575/irjei.v3.02\(22\)17.156-169](https://doi.org/10.53575/irjei.v3.02(22)17.156-169)
- Tacca, D. R., Tacca, A. L., & Cuarez, R. (2020). Inteligencia emocional del docente y satisfacción académica del estudiante universitario. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 14(1), e1085. <https://doi.org/10.19083/ridu.2020.887>
- Vallejo, A., Stefos, E., & Narváez, A. (2018). Service quality analysis of universities in Cuenca, Ecuador. *International Journal for Quality Research*, 12(1), 3–16. <https://doi.org/10.18421/IJQR12.01-01>
- Villanueva, A. (2019). Modelo Exploratorio de Calidad en la Educación Superior. *Dimensión Empresarial*, 18((1)). [https://doi.org/10.15665/dem.v18i\(1\).2239](https://doi.org/10.15665/dem.v18i(1).2239)

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Agradecimiento:

N/A

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.

