RESUMEN

SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL E IMAGEN INSTITUCIONAL
EN ESTUDIANTES DEL BACHILLERATO DE LA
CORPORACIÓN EDUCATIVA ADVENTISTA
CÁMBULOS, CALI, COLOMBIA

por

Marcos Sinisterra Rivas

Asesor principal: Víctor Andrés Korniejczuk

RESUMEN DE TESIS DE MAESTRÍA

Universidad de Montemorelos

Facultad de Educación

Título: SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL E IMAGEN INSTITUCIONAL EN ESTUDIANTES DEL BACHILLERATO DE LA CORPORACIÓN EDUCATIVA ADVENTISTA CÁMBULOS, CALI, COLOMBIA

Nombre del investigador: Marcos Sinisterra Rivas

Nombre y título del asesor principal: Víctor Andrés Korniejczuk, Doctor en Educación

Fecha de terminación: abril de 2022

## Problema

Este estudio buscó establecer la relación entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional. La pregunta de investigación formulada fue la siguiente: ¿existe una relación significativa entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional de los estudiantes del bachillerato de la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, de la ciudad de Cali, Colombia?

## Método

La investigación fue cuantitativa, descriptiva, correlacional y transversal y se basó en el estudio de toda la población de los grados sexto a undécimo ($N$ = 192) de

la institución participante. Se aplicaron dos instrumentos adaptados para la medición de las variables, objeto del presente estudio.

## Resultados

La satisfacción estudiantil fue medida en una escala de siete puntos, cuyas categorías oscilan entre *mínimo de acuerdo* (1) y *máximo de acuerdo* (7). Se observó una media general igual a 4.34 (*DE* = 1.55). La percepción de la imagen institucional, también medida en una escala de siete puntos, obtuvo una media general igual a 4.79 (*DE* = .80).

Existe una relación significativa entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional de los estudiantes que participaron del estudio.

La percepción de la imagen institucional explica el 39.2% de la varianza de la satisfacción estudiantil, con una potencia estadística igual a 1.0.

También se observaron efectos significativos de algunas variables demográficas, tales como género, edad y grado, sobre las variables principales del estudio.

## Conclusión

Existe una correlación positiva altamente significativa entre las variables satisfacción estudiantil y percepción de la imagen institucional en los participantes del estudio.

Universidad de Montemorelos

Facultad de Educación

# SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL E IMAGEN INSTITUCIONAL EN ESTUDIANTES DEL BACHILLERATO DE LA CORPORACIÓN EDUCATIVA ADVENTISTA CÁMBULOS, CALI, COLOMBIA

Tesis
presentada en cumplimiento parcial
de los requisitos para el grado de
Maestría en Educación

por

Marcos Sinisterra Rivas

Abril de 2022

SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL E IMAGEN INSTITUCIONAL
EN ESTUDIANTE DEL BACHILLERATO DE LA
CORPORACIÓN EDUCATIVA ADVENTISTA
CÁMBULOS, CALI, COLOMBIA

Tesis
presentada en cumplimiento parcial
de los requisitos para el título de
Maestría en Educación con
Acentuación en
Administración
Educativa

por

Marcos Sinisterra Rivas

APROBADA POR LA COMISION:

Asesor principal: Dr. Víctor Korniejczuk

Dr. Omar Arodi Flores Laguna
Examinador externo

Miembro: Dr. Jorge Omar Trisca

Dr. Ramón Andrés Díaz Valladares,
Director de Posgrado e Investigación

Miembro: Dr. José Enrique Zardoni Herrera

25 - abril - 2022
Fecha de aprobación

## TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE TABLAS…… v

Capítulo

I. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL PROBLEMA ……... 1

Introducción …… 1
Antecedentes ……. 2
Planteamiento del problema …… 3
Propósitos de la investigación ……..... 5
Transferencia de los resultados …….. 5
Justificación del estudio ……... 5
Pregunta de investigación …… 7
Objetivo de la investigación ……. 7
Hipótesis de la investigación ……... 7
Limitaciones ……... 8
Delimitaciones …… 8
Trasfondo filosófico ……... 8
Definición de términos …….. 9

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA …… 11

Satisfacción estudiantil ……. 11
Imagen institucional …….. 15

III. DISEÑO METODOLÓGICO ……. 17

Introducción ……. 17
Tipo de investigación ……. 17
Participantes …… 18
Instrumentos …… 18
Satisfacción estudiantil ……. 18
Imagen institucional …….. 19
Recolección de datos ……. 19
Análisis de datos ……. 19

IV. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS ……. 21

Introducción ……. 21
Descripción de los participantes …….. 21

Confiabilidad de los instrumentos …… 22
Descripción de las variables del estudio ……. 23
Satisfacción estudiantil ……. 23
Imagen institucional …….. 24
Prueba de hipótesis …… 25
Otros análisis …….. 25
Efectos del género …… 25
Efectos de la edad …… 26
Efectos del grado …….. 26
Efectos de la religión …… 27

V. RESUMEN, DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..…… 28

Introducción ……. 28
Resumen …….. 28
Problema …… 28
Metodología …… 29
Tipo de investigación …….. 29
Participantes ……. 29
Instrumentos ……. 29
Resultados …… 30
Discusión ……. 32
Resultados de carácter descriptivo …… 32
Resultados de carácter inferencial ……. 34
Conclusiones ……... 37
Recomendaciones …….. 38
Para la gestión educativa ……. 38
Para futuras investigaciones ……... 39

Apéndice
A. INSTRUMENTOS ……... 40

B. DESCRIPCIÓN DE LOS PARTICIPANTES …….. 42

C. ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD …….. 44

D. DESCRIPTIVOS DE LAS VARIABLES PRINCIPALES ……... 46

E. PRUEBA DE HIPÓTESIS ……. 48

F. OTROS ANÁLISIS ……. 50

REFERENCIAS …….. 55

## LISTA DE TABLAS

1. Operacionalización de hipótesis y variables ..... 20

2. Estadísticos descriptivos de los ítems de la satisfacción estudiantil presentados en orden descendente de medias ..... 23

3. Estadísticos descriptivos de los ítems de la percepción de la imagen institucional presentados en orden descendente de medias..... 24

# CAPÍTULO I

# NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL PROBLEMA

## Introducción

El presente estudio tiene como propósito observar la relación existente entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional de acuerdo con los resultados de la labor educativa que se desempeña en el colegio Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, de la ciudad de Cali, Colombia, en 2016. La calidad educativa es una variable que es considerada como fundamental para el desarrollo y crecimiento como sociedad a tal punto que tanto gobiernos y organismos multilaterales destinan recursos para su constante medición y aseguramiento. Últimamente su estudio viene incorporándose al ámbito de la gestión de la calidad en las instituciones educativas, aplicados al trabajo áulico y administrativo. Díaz Dumont et al. (2018) reconocen que, con el fin de alcanzar una adecuada imagen institucional, todos los colaboradores de la institución deben tener un excelente desempeño en el cumplimiento de sus funciones obrando de acuerdo con la filosofía de la organización y ofreciendo una experiencia a todos sus usuarios, sean estos clientes internos o externos.

En este estudio se dio mucha relevancia a la percepción emitida por un eslabón fundamental del proceso educativo, como lo es el estudiante. Segura Castilla (2017) reconoce que las instituciones educativas, como organizaciones que prestan servicios, deben determinar las expectativas y necesidades de todos sus públicos de interés. Y

los estudiantes no son la excepción. Cada vez deben centrar la estrategia en mejorar continuamente la experiencia con el servicio recibido. Como respuesta a momentos en los cuales la única constante es el cambio y a los altísimos estándares de competitividad, las organizaciones educativas están en la obligación de aumentar su eficacia y eficiencia y desarrollar plenamente toda su capacidad para agregar valor a sus estudiantes y el resto de la comunidad educativa.

La imagen institucional, por otro lado, es el mecanismo mediante el cual los diferentes públicos perciben a una institución. Su nivel de relevancia es substancial, como también lo es determinar la percepción de la satisfacción estudiantil a partir del servicio educativo que se brinda.

## Antecedentes

Durante varios años se han realizado múltiples investigaciones y estudios sobre la satisfacción estudiantil y la imagen institucional.

Lojo (2011) afirma que la imagen corporativa tiene su génesis en la mente de los públicos de interés. Para ello, juega un papel fundamental el procesamiento de la información que la misma organización le suministra.

Según Renihan y Renihan (1989), no necesariamente coincide la imagen de la escuela que tiene el director con la que tienen los padres, los maestros, los estudiantes u otros públicos.

Después de examinar variados elementos relacionados con la imagen institucional, resulta relevante destacar que Turpo Chaparro (2014) observa que los estudiantes, entre otros públicos de interés, valoran positivamente la imagen institucional, producto de la cultura organizacional y de la calidad de los servicios educativos.

Corimayhua Condori (2011) procuró determinar la relación de la calidad de los servicios educativos y la satisfacción de alumnos en colegios adventistas de Lima. El análisis demostró que lo que más influye sobre la satisfacción de los alumnos lo ejercen, en primer lugar, la percepción de la calidad de los docentes y sus valores; en segundo lugar, la percepción de la calidad de la infraestructura y la administración y, en tercer lugar, la percepción de los resultados del servicio.

La metodología y los fundamentos para el mejoramiento de la calidad fueron sistematizados durante los años cincuenta por el ingeniero Deming (Galgano, 1993), quien tomó como referencia los postulados del profesor Shewhart (Aguayo, 1993). Todos esos desarrollos metodológicos inicialmente se aplicaron en las organizaciones empresariales japonesas y, posteriormente, al observar sus resultados en el incremento significativo de la productividad de la reciente industria japonesa, se aplicaron en todo tipo de organizaciones alrededor del mundo (Galgano, 1993). Es importante destacar que, aunque estos principios del mejoramiento de la calidad total surgen en el ámbito de la manufactura, su aplicabilidad se ha extendido a todo tipo de sectores productivos y el ámbito educativo no es la excepción.

## Planteamiento del problema

Considerando los conceptos previamente mencionados, a continuación, se define el problema, objeto del presente estudio.

“Los desafíos que enfrenta la educación hoy en día son enormes. La educación adquiere alta prioridad en el desarrollo de los países, las sociedades, las organizaciones” (Lepeley, 2003, p. 11). Por tal motivo se ha decido observar cómo se comportan dos variables que son fundamentales para el desarrollo de una organización educativa,

la satisfacción estudiantil y la imagen institucional. También se busca establecer el grado de relación existente entre ambas variables dentro de la población estudiantil del bachillerato en la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, de la ciudad de Cali, Colombia.

Según Meza Escobar (2011),

> aunque una empresa presuma saber quiénes son sus clientes, al diseñar sus estrategias, debe conocer qué es lo que quieren sus clientes, sus intereses y lo que buscan; así sabrá cuáles son sus motivaciones y si estas se relacionan o tienen correspondencia con los propósitos que persigue la organización. (p. 8)

Esta declaración se aplica a instituciones educativas, ya que la información que se pueda obtener de los potenciales alumnos puede significar mucho para la toma de decisiones en función del mejoramiento de la calidad institucional.

Ante la baja de las matrículas y las quejas constantes de los diferentes públicos sobre la calidad del servicio educativo que se imparte, se hace urgente poder analizar la relación entre las variables anteriormente mencionadas en la búsqueda de respuestas que puedan darle solución a la crisis que atraviesa el sistema educativo adventista en Colombia. Anderson (2010) describe en términos cuantitativos la disminución significativa del número de estudiantes del sistema educativo adventista a nivel mundial con respecto a la cantidad de miembros de iglesia. En 1945 había 25 estudiantes que asistían a escuelas adventistas por cada 100 miembros de iglesia. A partir de 1965 esta proporción cayó a tal punto que, en el año 1985, había solo 15 estudiantes por cada 100 miembros y en el año 2000, 9 alumnos por cada 100 miembros (cf. Knight, 2006, p. 7).

La Unión Colombiana del Sur —y específicamente la Asociación del Pacifico— no son ajenas a este fenómeno. De allí, la importancia de tomar medidas para revertir

la situación, a la luz de los resultados presentados en este estudio.

## Propósitos de la investigación

Entre los propósitos planteados para esta investigación, están los siguientes:

1. Establecer el grado de percepción de la imagen que tienen los estudiantes de la secundaria de la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, de la ciudad de Cali, Colombia, con respecto al ambiente físico, social, espiritual y académico de la institución en la que adelantan sus estudios.

2. Conocer el grado de satisfacción de los estudiantes participantes del presente estudio.

3. Determinar las posibles relaciones entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional de los alumnos que cursan el nivel secundario en la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, de la ciudad de Cali, Colombia.

## Transferencia de los resultados

Los resultados del estudio proporcionan información útil para los administradores de los colegios y campos locales adventistas, la cual permitirá alcanzar a los estudiantes que aún no son parte del sistema educativo.

Los resultados podrán ser utilizados como base para el diseño de estrategias para la captación y retención de estudiantes.

## Justificación del estudio

Saraiva (2008) propone un concepto de calidad en la educación en términos de eficacia y efectividad teniendo en cuenta el involucramiento activo de todos sus actores, especialmente de los estudiantes, así como la aplicación de recursos financieros

para el mejoramiento de la infraestructura física y tecnológica en una búsqueda permanente del mejoramiento de la calidad en todos los eslabones del sistema.

Nicoletti (2008) señala que,

> según la literatura especializada, la calidad en educación es la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a un sistema educativo que permiten apreciarlo como mejor, igual o peor que otros sistemas. Frente a esta definición, los especialistas entienden que el concepto de calidad es un significante y no un significado, siendo un valor que se requiere definir en cada situación, por ende, los significados dependerán de la perspectiva social desde la cual se hace, y de los sujetos que la mencionan (directivos de la educación, profesores, etc.). (p. 76)

La investigación planteada está encaminada a observar las relaciones que existen entre la percepción de la imagen institucional y la satisfacción que sienten los estudiantes de bachillerato con el servicio educativo que reciben por parte de la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, en Cali, Colombia. Los resultados del estudio contribuirán a que la administración de la institución educativa tome decisiones dentro de una estrategia de mejoramiento continuo en materia de diseño e implementación de un sistema de gestión de la calidad que responda a los nuevos retos que la educación hoy demanda de todos sus actores.

> La calidad no se ha convertido únicamente en uno de los requisitos esenciales del producto, sino que en la actualidad es un factor estratégico clave del que dependen la mayor parte de las organizaciones, no sólo para mantener su posición en el mercado sino incluso para asegurar su supervivencia. (O´Reilly Crespo, 2011, párr. 11)

En suma, el estudio procura establecer si la satisfacción estudiantil con la calidad del servicio educativo que se presta conducirá a una percepción favorable de la imagen institucional. Por su parte, cuidar la imagen institucional dependerá de cómo se logren gestionar adecuadamente las diferentes dimensiones del quehacer institucional.

En particular, el tema de la imagen es de relevancia a nivel estratégico para la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, en Cali, Colombia; porque se presupone que no solo incide sobre la retención de alumnos sino también en la posibilidad de acceso de los egresados a la educación superior, a partir de un buen desempeño en las pruebas estatales Saber 11º. También incide sobre la incorporación de nuevos estudiantes y profesores de alto nivel, así como en la captación de recursos financieros y de otra naturaleza.

## Pregunta de investigación

La pregunta de investigación que operacionaliza el problema y cuya respuesta buscó encontrar la presente investigación quedó planteada así: ¿existe una relación significativa entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional por parte de los estudiantes del bachillerato de la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, de la ciudad de Cali, Colombia?

## Objetivo de la investigación

La presente investigación tuvo como objetivo determinar si existe una relación significativa entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional por parte de los estudiantes del bachillerato de la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos.

## Hipótesis de la investigación

Dada la pregunta de investigación, se planteó la siguiente hipótesis de investigación para este estudio: existe una relación significativa entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional en estudiantes del bachillerato de la Corporación

Educativa Adventista, sede Cámbulos, de la ciudad de Cali, Colombia.

## Limitaciones

Se presentaron varias limitaciones en la realización del estudio. Por tiempo y presupuesto, no pudo ser extendido a todas las instituciones adventistas ubicadas en la ciudad de Cali y sus alrededores.

## Delimitaciones

Este estudio fue delimitado a una población constituida por los estudiantes del colegio Corporación Educativa Adventista, cuya sede queda ubicada en el barrio Los Cámbulos de la ciudad de Cali, Colombia, durante el año 2016.

Por otro lado, el fenómeno que se observó puede tener aplicación en otros niveles educativos, pero este estudio se limitó a la percepción de los estudiantes del bachillerato registrados oficialmente en el sistema de matrícula estudiantil, en el año escolar 2016.

## Trasfondo filosófico

Este estudio se fundamenta filosóficamente en la Biblia y en los principios de educación cristiana derivados de ella. Toma en consideración los trabajos de White (1934) y las creencias fundamentales de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. En los escritos de White (1934) se puede observar el énfasis puesto sobre la calidad educativa: “Todos los que aprenden en la escuela de Cristo, se destacan, tanto en la calidad como en la extensión de su educación” (p. 281).

La calidad debería ser una preocupación de dirigentes y maestros de todas las escuelas que toman la Biblia como fundamento. También la Escritura menciona: “Y te

pondrá Jehová por cabeza, y no por cola: y estarás encima solamente, y no estarás debajo; cuando obedecieres a los mandamientos de Jehová tu Dios, que yo te ordeno hoy, para que los guardes y cumplas" (Deuteronomio 28:13). La imagen institucional será favorable en la medida que se sigan todas las orientaciones de Dios en cada uno de los frentes en los que se incursione. La obra educativa no es la excepción.

Este estudio queda enmarcado en la realidad de la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, de la ciudad de Cali. La educación en ella impartida debería regirse por los principios y preceptos bíblicos. La Biblia entiende que el ser humano fue creado por Dios, razón por la cual no es posible pasar por alto el significado de su origen y destino. La educación cristiana tiene como propósito restablecer la imagen de Dios en el hombre, mediante el desarrollo equilibrado de todas sus facultades.

## Definición de términos

A continuación se definen los siguientes términos más relevantes para el presente estudio.

*Cultura organizacional:* es el "patrón complejo de creencias, expectativas, ideas, valores, actitudes y conductas compartidas por los integrantes de una organización" (Turpo Chaparro, 2014, p. 20).

*Estrategias de marketing*: son las "acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con la promoción y el posicionamiento de la institución educativa en el mercado local y mundial" (Turpo Chaparro, 2014, p. 21).

*Satisfacción estudiantil*: es "el bienestar que experimentan los alumnos por sentir cubiertas sus expectativas académicas como resultado de las actividades que realiza la institución para atender sus necesidades educativas" (Surdez-Pérez et al., 2017,

pp. 12, 13).

*Imagen institucional*: es lo que los usuarios piensan acerca de una institución o compañía. Es la idea completa que tienen los clientes de la corporación (Suparjo y Sunarsih, 2018).

# CAPÍTULO II

# REVISIÓN DE LA LITERATURA

## Satisfacción estudiantil

Alves y Raposo (2004) consideran que la satisfacción estudiantil actualmente se ha convertido en una variable fundamental para lograr la supervivencia de las instituciones educativas, además diferentes investigadores se han concentrado en buscar métodos confiables para medirla.

De acuerdo con Alves y Raposo (2004), la satisfacción estudiantil tiene un impacto relevante sobre la obtención de un rendimiento escolar exitoso y la permanencia del estudiante en la institución.

Huebner (1994) define la satisfacción escolar como la satisfacción de los estudiantes con todas las actividades escolares. Baker et al. (2003) describen la satisfacción escolar como una evaluación subjetiva de la calidad de vida percibida en la institución educativa.

Suldo et al. (2008) encontraron que la satisfacción escolar media completamente la relación entre el apego escolar y el bienestar global. Alumnos más satisfechos con su vida están más conectados con la escuela, experimentan las emociones positivas sobre la escuela con más frecuencia y les gusta asistir a la escuela (Lewis et al., 2011).

Masserini et al. (2018) identifican el impacto de la calidad de los servicios

educativos sobre la imagen institucional y la satisfacción de los estudiantes y por consiguiente muestran la importancia de brindar los mejores servicios para mantener satisfechos a sus públicos de interés.

El nivel de satisfacción con la escuela afecta el bienestar y la participación de los estudiantes (Verkuyten y Thijs, 2002). Por lo tanto, contribuye al desarrollo psicológico, psicosocial y educativo de los estudiantes (Tian et al., 2010). En Eslovenia se observó que los niños y adolescentes a quienes les gusta ir a la escuela reportan niveles más altos de bienestar, tienen mejores calificaciones y se involucran en conductas relacionadas con la salud menos riesgosas (Jeriček, 2007).

Los estudiantes que tienen mejores relaciones con sus compañeros y con los maestros en la escuela participan más en las actividades escolares y están más satisfechos con su institución educativa (Danielsen et al., 2011).

Barraza Macías (2011) destaca la variable satisfacción estudiantil como el resultado de un proceso valorativo, mediante el cual se expresa el cumplimiento o no de unas expectativas en términos de varias experiencias que le permite recibir la institución educativa. Finalmente, el usuario del servicio construye su respuesta, basado en criterios personales.

En el mismo orden de ideas, Gento Palacios y Vivas García (2003) definen la satisfacción del estudiante en términos evaluativos como “la apreciación favorable que hacen los estudiantes de los resultados y experiencias asociadas con su educación, en función de la atención a sus propias necesidades y al logro de sus expectativas” (p 20).

Todos los esfuerzos que se realizan en términos del mejoramiento de la calidad

educativa deben tener como eje central al estudiante, debido a que en el proceso educativo este beneficiario es el más relevante por la influencia que el proceso tiene sobre él. Cabe destacar que los otros miembros de la comunidad educativa, como los padres y los egresados, entre otros, también llegarían a ser, en un sentido más amplio, usuarios del proceso formativo.

Con el propósito de clarificar el concepto de calidad en la educación, León (2009) propone para este constructo cuatro indicadores: (a) como eficacia, donde el estudiante aprende lo que debe aprender; (b) como relevancia, donde lo que se enseña es apropiado a lo que el estudiante necesita para su desarrollo; (c) como proceso, donde se observan la infraestructura física y el equipamiento, así como la preparación de los docentes, la pertinencia de los materiales de estudio y la adecuación de las estrategias didácticas y (d) como equidad, donde se toma en cuenta el nivel de cobertura escolar, en términos de número estudiantes alcanzados, independientemente de su situación socioeconómica.

Zeithaml et al. (1993) reconocen que la forma como se percibe la calidad y la manera como se valora la satisfacción son elementos esenciales a la hora de comprender el comportamiento ideal de un cliente o consumidor. En ese sentido, Giese y Cote (2000) declaran que se puede tener una aproximación al concepto de satisfacción desde la óptica de un estímulo que produce una reacción en el sujeto mediada por un contexto especial en un determinado momento.

> A pesar de las opiniones contradictorias, la mayoría de los autores enuncia como principio base de la calidad, para cualquier organización, el énfasis en el cliente.
>
> La satisfacción de los clientes es el principio que conduce todas las decisiones de la institución y, por otro lado, existen mecanismos de recogida sistemá-

> tica de la información de los clientes, de forma de apoyar los procesos de decisión en el proceso de mejora continua. (Saraiva, 2008, p. 42)

Partiendo del postulado según el cual los estudiantes son los principales clientes de una organización educativa, se puede afirmar que ese estatus le permite constituirse en un evaluador autorizado en lo referente a la calidad del servicio prestado por la organización educativa. Sin embargo, se debe tener en cuenta un sistema de evaluación que brinde pesos y contrapesos, con el fin de garantizar la objetividad y la confiabilidad de las mediciones. En ese sentido Duart y Martínez (2001) sostienen que el estudiante puede disponer solamente de información fragmentada de todo el proceso formativo. Su valoración de la satisfacción puede llegar a ser afectada por elementos de corto plazo, como las calificaciones obtenidas en algunas asignaturas según el grado de dificultad que para él representan. Por otro lado, evaluar la satisfacción de los estudiantes con la intención de incrementar la calidad del servicio educativo se justifica por el hecho de que un consumidor de servicios educativos satisfecho se convierte en un promotor de la institución en función del reclutamiento de nuevos alumnos. Es una realidad que requiere mayor investigación (Hampton, 1993). Por su parte, Caetano Alvés (2003) coincide en que la satisfacción estudiantil constituye un factor clave para la retención y la fidelización.

El conocimiento de las percepciones que tienen los alumnos acerca del servicio educativo que reciben, al evaluar el desempeño de sus maestros, puede ofrecer a la administración un espacio muy valioso de interacción y diálogo con los estudiantes (Mateo, 2000).

## Imagen institucional

En esta investigación se midió también la percepción de la imagen institucional que tienen los estudiantes de la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos.

Entre los aspectos considerados dentro del concepto de imagen institucional, es posible mencionar los siguientes: imagen de los procesos académicos y administrativos, imagen de la planta física e imagen institucional en general.

Es preciso tener un acercamiento al constructo imagen institucional por medio de las diferentes definiciones de este concepto.

Pereira Álvarez (2021) observó que la percepción de la imagen institucional tiene una correlación positiva con la satisfacción del cliente; es decir, es un fuerte predictor de la satisfacción estudiantil con el servicio prestado por la institución educativa. De hecho, considera que a nivel administrativo este hallazgo llevará a la implementación de la evaluación periódica de la imagen institucional.

Masserini et al. (2018) presentan un estudio sobre el concepto de imagen que se enfoca en creencias basadas en elementos intangibles que desde la óptica de los estudiantes se fundamenta básicamente en el prestigio y una oferta educativa moderna y actualizada. También concluyen que la imagen institucional, entre otras variables, influye sobre la satisfacción estudiantil.

Hwang y Choi (2019) desarrollaron un modelo integrado en el cual se estructuran aspectos de la calidad del servicio educativo que contribuyen de manera substancial al mejoramiento de la experiencia educativa y observaron que la calidad en el servicio afectó directamente la satisfacción estudiantil y la imagen institucional percibida. También hallaron un efecto mediador de la satisfacción estudiantil sobre la intención

conductual, es decir, la capacidad de recomendar el servicio educativo recibido sin esperar nada a cambio por dicha recomendación.

# CAPÍTULO III

# DISEÑO METODOLÓGICO

## Introducción

El problema de investigación planteado buscó determinar la relación entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional en estudiantes de bachillerato del colegio Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, en Cali, Colombia. Este capítulo define el tipo de investigación que se realizó y presenta los instrumentos que se emplearon para medir el comportamiento de las variables. Se resume brevemente el problema planteado, se define el tipo de investigación y se identifica y describe la población estudiada.

## Tipo de investigación

Esta investigación es cuantitativa, descriptiva y correlacional, de corte transversal, en términos de Hernández Sampieri et al. (2014). Es cuantitativa, porque recoge y analiza datos con el propósito de ofrecer una respuesta a la pregunta de investigación, poniendo a prueba la hipótesis planteada, mediante el empleo de técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. Es descriptiva, porque estudia el comportamiento de las variables del estudio, señalando sus propiedades, características y rasgos. Es correlacional, porque analizar si existe relación significativa entre las variables del estudio; en el presente estudio entre el nivel de satisfacción estudiantil y su percepción de la imagen institucional. Esta investigación es, además, de corte transversal, porque los

instrumentos se administraron en una oportunidad.

## Participantes

Este estudio es de tipo censal, porque se administraron los instrumentos a toda la población, conformada por los estudiantes formalmente matriculados durante el año escolar 2016 en la sección de bachillerato de la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, de la ciudad de Cali, Colombia, cuya edad oscila entre los 10 y 18 años.

Participaron de esta investigación los 192 estudiantes presentes en la institución el día en que se administraron los instrumentos de recolección de datos.

## Instrumentos

El estudio utilizó dos instrumentos que se detallan a continuación y un breve cuestionario demográfico. Una copia de ellos se incluye como Apéndice A.

### Satisfacción estudiantil

Para la medición de la satisfacción de los estudiantes, se utilizó una versión en español realizada en Chile (Pedraja-Rejas, Rodríguez-Ponce, Araneda-Guirriman et al., 2016; Pedraja-Rejas, Rodríguez-Ponce, Rodríguez Mardones et al., 2016), que fue adaptada del instrumento original elaborado por Samdal et al. (1999). El instrumento consta de cuatro ítems, evaluados en una escala tipo Likert de siete puntos, cuyo rango se extiende entre *mínimo acuerdo* (1) y *máximo acuerdo* (7). El coeficiente de la versión en español del instrumento obtenido por quienes la elaboraron, en términos de alfa de Cronbach, fue de .80. En la prueba piloto realizada a propósito del presente estudio, se obtuvo un alfa de .876.

### Imagen institucional

El instrumento utilizado para medir la imagen institucional percibida fue elaborado y validado por González de la Rosa (2016), quien obtuvo para el mismo un KLM igual a .934 y un coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach igual a.962. Se trata de un cuestionario de 25 ítems, que emplean una escala tipo Likert de siete puntos, cuyo rango oscila entre *pésimo* (1) y *excelente* (7). En una prueba piloto administrada desde este estudio, el instrumento mostró un coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach de .871.

## Recolección de datos

Se solicitó por escrito permiso para recoger los datos al rector de la institución del estudio. El investigador fue la persona encargada de la administración de los instrumentos a los estudiantes participantes. Se llenaron los instrumentos en forma anónima para favorecer la confidencialidad del estudio y se apeló a la honestidad de los participantes.

## Análisis de datos

Para el análisis de los datos inicialmente se realizó la captura de la información y se utilizó el Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), versión 21, para los análisis descriptivos e inferenciales.

El análisis de los datos recogidos siguió las especificaciones de la Tabla 1.

**Tabla 1**

*Operacionalización de hipótesis y variables*

| Hipótesis nula | Variable | Tipo | Nivel de medición | Rango de valores | Instrumento | Prueba de significación estadística |
|---|---|---|---|---|---|---|
| No existe una relación significativa entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional de los participantes. | Satisfacción estudiantil | VI | Métrico | 25-175 | Cuestionario de satisfacción estudiantil (ítems del 1 al 4) | Coeficiente de correlación *r* de Pearson. Nivel de significación igual o menor a .05 |
| | Percepción de la imagen institucional | VD | Métrico | 4 - 28 | Cuestionario de percepción de la imagen institucional (ítems del 1 al 25) | |

# CAPÍTULO IV

# ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

## Introducción

El propósito del presente estudio fue observar la relación que existe entre las variables percepción de la imagen institucional y satisfacción estudiantil de los alumnos del bachillerato.

Esta investigación, descriptiva y correlacional, trabajó con las variables nivel de satisfacción estudiantil y percepción de la imagen institucional. Se tuvo en cuenta la información demográfica proporcionada por el cuestionario: el género, la edad, el grado de escolaridad y la religión de los alumnos participantes.

El presente capítulo describe al grupo participante en términos del comportamiento de las variables demográficas, presenta la confiabilidad de los instrumentos y muestra los estadísticos descriptivos de las variables principales del estudio. Por último, presenta los resultados de la prueba de la hipótesis y de otros análisis que enriquecen los aportes de la investigación.

## Descripción de los participantes

Participaron de esta investigación 192 estudiantes de la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, de la ciudad de Cali, Valle del Cauca, Colombia, distribuidos de la siguiente manera: 98 damas (51.00%) y 94 varones (49.00%). A continuación, se describe el comportamiento de las variables demográficas, cuyos análisis se

hallan en el Apéndice B.

La edad de los encuestados estaba comprendida entre los 10 y los 19 años. La distribución de los participantes por edad fue la siguiente: con 10 años, un estudiante (0.5%); con 11 años, ocho estudiantes (4.2%); con 12 años, 30 estudiantes (15.6%); con 13 años, 20 estudiantes (10.4%); con 14 años, 34 estudiantes (17.7%); con 15 años, 28 estudiantes (14.6%); con 16 años, 41 estudiantes (21.4%); con 17 años, 26 estudiantes (13.5%); con 18 años, tres estudiantes (1.6%) y con 19 años, 1 estudiante (0.5%). Como se puede notar, la edad con mayor frecuencia fue la de 14 años.

Participaron del estudio 94 estudiantes (49%) de género masculino y 98 (51%) de género femenino, observándose una ligera participación mayoritaria del género femenino.

En cuanto a la religión profesada por los participantes, se observó que 95 de ellos manifestaron ser adventistas (49.5%), seguido por 44 que se reconocen como cristianos evangélicos (22.9%), 30 que profesan la religión católica (15.6%) y, finalmente, 23 estudiantes no se identificaron con ninguna de las afiliaciones religiosas propuestas en el instrumento (12%).

En términos del grado escolar en la educación secundaria de los participantes, se observó que 38 estudiantes (19.8%) corresponden a décimo grado, seguido por 37 (19.3%) de undécimo, 32 (16.7%) de séptimo, 30 (15.6%) de octavo, 28 (14.6%) de noveno y, finalmente, 27 (14.1%) de sexto. Como puede observarse, los grupos con mayor representación fueron los de los grados superiores.

## Confiabilidad de los instrumentos

En esta sección se describe el nivel de confiabilidad de cada uno los instrumentos.

El instrumento para medir la percepción de la imagen institucional obtuvo un coeficiente de consistencia interna alfa de Cronbach igual a .929. Por su parte, el instrumento para medir la satisfacción estudiantil obtuvo uno igual a .950. Ambos instrumentos tienen un coeficiente de confiabilidad muy alto. Las salidas computarizadas correspondientes a estos análisis se incluyen como Apéndice C.

## Descripción de las variables del estudio

A continuación, se presentan los estadísticos descriptivos de las variables del estudio. Sus salidas computarizadas se incluyen como Apéndice D.

### Satisfacción estudiantil

La satisfacción estudiantil fue medida en una escala de siete puntos, cuyas categorías oscilan entre *mínimo de acuerdo* (1) y *máximo de acuerdo* (7). La puntuación media mínima observada fue igual a 1.00, mientras la máxima observada fue igual a 7.00. Se observó una media general igual a 4.34, con una desviación estándar de 1.55.

También se han calculado los descriptivos por ítems. La Tabla 2 presenta los estadísticos descriptivos de los ítems de la percepción de la satisfacción estudiantil.

**Tabla 2**

*Estadísticos descriptivos de los ítems de la satisfacción estudiantil presentados en orden descendente de medias*

| | Rango observado | | | |
|---|---|---|---|---|
| Ítem | Mínimo | Máximo | *M* | *DE* |
| 4. Me siento feliz en el colegio o liceo. | 1 | 7 | 4,51 | 1,82 |
| 1. Disfruto mi colegio o liceo. | 1 | 7 | 4,35 | 1,57 |
| 3. Me alegra estar en el colegio o liceo. | 1 | 7 | 4,34 | 1,64 |
| 2. Me encanta estudiar en mi colegio o liceo. | 1 | 7 | 4,17 | 1,62 |

La media más alta se observó en el ítem 4, “Me siento feliz en mi colegio o liceo” (*M* = 4.51, *DE* = 1.82). La media más baja corresponde al ítem 2, “Me encanta estudiar en mi colegio o liceo” (*M* = 4.17, *DE* = 1.62).

## Imagen institucional

La percepción de la imagen institucional fue medida en una escala de siete puntos, cuyas categorías oscilan entre *pésimo* (1) y *excelente* (7). La puntuación media mínima observada fue igual a 2.12, mientras la máxima observada fue igual a 6.72. Se observó una media general igual a 4.79, con una desviación estándar de .80.

También se han calculado los descriptivos por ítems. La Tabla 3 presenta los

**Tabla 3**

*Estadísticos descriptivos de los ítems de la percepción de la imagen institucional presentados en orden descendente de medias*

| Ítem | Rango observado | | *M* | *DE* |
|---|---|---|---|---|
| | Mínimo | Máximo | | |
| 10. Maestros experimentados? | 3 | 7 | 5.65 | 0.98 |
| 01. Principios morales? | 1 | 7 | 5.46 | 0.99 |
| 11. Exigencia de planes de estudio? | 1 | 7 | 5.30 | 1.08 |
| 02.Linea conservadora? | 1 | 7 | 5.27 | 1.19 |
| 07. Calidad académica? | 1 | 7 | 5.12 | 1.19 |
| 03. Trato bondadoso? | 1 | 7 | 5.06 | 1.81 |
| 15. Seguridad del campus? | 1 | 7 | 4.98 | 1.40 |
| 04. Espíritu alegre? | 1 | 7 | 4.92 | 1.23 |
| 05. Educación práctica? | 1 | 7 | 4,90 | 1,47 |
| 18. Relación con sus públicos? | 1 | 7 | 4,90 | 1,22 |
| 08. Liderazgo administrativo? | 1 | 7 | 4,87 | 1,24 |
| 06. Maestros innovadores? | 1 | 7 | 4,82 | 1,28 |
| 12. Centrada en el estudiante? | 1 | 7 | 4,81 | 1,18 |
| 25. Imagen institucional (en general)? | 1 | 7 | 4,79 | 1,40 |
| 22. Limpieza del campus? | 1 | 7 | 4,78 | 1,32 |
| 16. Prestigio en la comunidad? | 1 | 7 | 4,72 | 1,25 |
| 09. Actualización de planes de estudio? | 1 | 7 | 4,66 | 1,23 |
| 13. Difusión de la cultura? | 1 | 7 | 4,64 | 1,44 |
| 17. Administración democrática? | 1 | 7 | 4,61 | 1,30 |
| 20. Solidez económica? | 1 | 7 | 4,49 | 1,31 |
| 14. Actividad estudiantil? | 1 | 7 | 4,47 | 1,45 |
| 19. Económica en sus costos? | 1 | 7 | 4,39 | 1,50 |
| 24. Tecnología educativa? | 1 | 7 | 4,38 | 1,62 |
| 23. Modernidad en sus instalaciones? | 1 | 7 | 3,86 | 1,54 |
| 21. Tamaño del campus? | 1 | 7 | 3,81 | 1,76 |

estadísticos descriptivos de los ítems de la percepción de la imagen institucional.

La media más alta se observó en el ítem 10 en términos de cómo percibe el estudiante a la institución con relación a “maestros experimentados” ($M$ = 5.65, $DE$ = 0.98). La media más baja corresponde al ítem 21, “tamaño del campus” ($M$ = 3.88, $DE$ = 1.76).

## Prueba de hipótesis

La hipótesis nula de este estudio postula que no existe una relación significativa entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional de los participantes.

Para la prueba de esta hipótesis, se utilizó el coeficiente de correlación producto-momento $r$ de Pearson, que para este análisis resultó ser igual a .626 ($p < .001$). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se corrobora la hipótesis de investigación. La percepción de la imagen institucional explica el 39.2% de la varianza de la satisfacción estudiantil, con una potencia estadística igual a 1.0, es decir, del 100%, lo cual indica que con total seguridad es correcta la decisión de rechazar la hipótesis nula (ver Apéndice E).

## Otros análisis

A continuación, se presentan los resultados de los efectos de las variables demográficas sobre las variables principales del estudio (ver Apéndice F).

### Efectos del género

Se observó que la media de la satisfacción estudiantil del género masculino ($M$ = 4.62) es significativamente mayor ($t_{(190)} = 2.419$, $p = .016$) que la del género femenino

($M$ = 4.08).

Aunque también se observó que la media de la percepción de la imagen institucional del género masculino ($M$ = 4.89) es ligeramente superior a la del género femenino ($M$ = 4.68), la diferencia no llega a ser estadísticamente significativa ($t_{(190)}$ = 1,836, $p$ = .068).

## Efectos de la edad

La percepción de la imagen institucional presentó una correlación negativa significativa con la edad de los participantes ($r$ = -.172, $p$ = .017). A mayor edad, la puntuación de la percepción de la imagen institucional tiende a ser más baja.

La correlación negativa de la edad con la satisfacción estudiantil no llega a ser estadísticamente significativa ($r$ = -.130, $p$ = .072).

## Efectos del grado

Un análisis de varianza simple permitió determinar la existencia de diferencias significativas de medias de las variables del estudio entre los participantes agrupados según su grado escolar. Fueron significativas las diferencias de percepción de la imagen institucional ($F_{(5, 186)}$ = 5.969, $p$ < .001) como las de satisfacción estudiantil ($F_{(5, 186)}$ = 3.514, $p$ = .005)

La prueba post hoc de Student-Newman-Keuls evidenció que la percepción de la imagen institucional de los estudiantes de los grados octavo ($M$ = 4.35) y noveno ($M$ = 4.55) fue significativamente menor que la de los grados sexto ($M$ = 5.18) y séptimo ($M$ = 5.20).

La satisfacción estudiantil de los estudiantes del sexto grado ($M$ = 5.02) fue

significativamente superior a la de los estudiantes de los grados octavo ($M$ = 3.67) y décimo ($M$ = 3.94), mientras la satisfacción de los estudiantes de séptimo grado ($M$ = 4.77) fue significativamente superior a la satisfacción de los del grado octavo ($M$ = 3.67).

## Efectos de la religión

Se determinaron los efectos de la religión sobre las variables del estudio. Un análisis de varianza simple permitió observar diferencias significativas de medias de satisfacción estudiantil entre los grupos determinados por su religión ($F_{(3,188)}$ = 6.632, $p$ <.001).

En la prueba post hoc de Student-Newman-Keuls, se observó que los estudiantes que profesan la religión adventista ($M$ = 4.72), católica ($M$ = 4.35) y cristiana evangélica ($M$ = 4.09) presentan una media significativamente superior a la de los que se identifican con otra denominación ($M$ = 3.25).

No se observaron diferencias significativas de medias de percepción de imagen institucional entre los participantes determinados por su religión ($F_{(3, 188)}$ = 2.161, $p$ = .094).

# CAPÍTULO V

# RESUMEN, DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## Introducción

Esta investigación buscó establecer si hay una relación significativa entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional en los estudiantes del bachillerato de la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos. En este capítulo se presenta un resumen del desarrollo de la investigación en sus diferentes etapas, la discusión de los resultados, las conclusiones y las recomendaciones.

Con el fin de alcanzar el objetivo, se realizó una extensa revisión de la literatura correspondiente a los constructos de la investigación y se describió detalladamente la forma como se llevó a cabo el proceso de recolección de los datos, Además, se indicaron las técnicas utilizadas para medir las variables, de modo que se pudieran poner a prueba las hipótesis y explicar de una manera clara y confiable los resultados obtenidos.

## Resumen

A continuación, se hace un resumen de la investigación aquí reportada.

### Problema

El problema del estudio se planteó con la siguiente pregunta: ¿existe una relación significativa entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional

por parte de los estudiantes del bachillerato de la Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, de la ciudad de Cali, Colombia?

## Metodología

### Tipo de investigación

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo. En cuanto a su diseño, fue descriptiva y correlacional, dado que halló los estadísticos descriptivos de las variables del estudio y analizó la correlación entre ellas.

### Participantes

La población que participó del estudio estuvo compuesta por 192 estudiantes de todo el bachillerato (desde sexto hasta undécimo grados), matriculados en el año escolar 2016 en la Corporación Educativa Adventista, de Cámbulos, Santiago de Cali, Valle del Cauca, Colombia.

### Instrumentos

Para la medición de la satisfacción de los estudiantes, se utilizó una versión en español de un cuestionario elaborado en Chile (Pedraja-Rejas, Rodríguez-Ponce, Araneda-Guirriman et al., 2016; Pedraja-Rejas, Rodríguez-Ponce, Rodríguez Mardones et al., 2016), que fue una adaptación del instrumento original elaborado por Samdal et al. (1999). El cuestionario está conformado por cuatro ítems, que se responden en una escala tipo Likert de siete puntos. El coeficiente de confiabilidad en términos de alfa de Cronbach de la versión en español del instrumento, obtenido por quienes lo elaboraron, fue de .80. En el presente estudio, se obtuvo un coeficiente alfa de Cronbach igual a .950. El otro instrumento empleado para medir la percepción de la imagen institucional

fue elaborado y validado por González de la Rosa (2016), quien obtuvo para el mismo un KLM igual a .934 y un coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach igual a .962. Se trata de un cuestionario de 25 ítems, que emplean una escala tipo Likert de siete puntos. En este estudio, el instrumento mostró un coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach de .929.

## Resultados

La satisfacción estudiantil fue medida en una escala de siete puntos, cuyas categorías oscilan entre *mínimo de acuerdo* (1) y *máximo de acuerdo* (7). La puntuación media mínima observada fue igual a 1.00, mientras la máxima observada fue igual a 7.00. Se observó una media general igual a 4.34, con una desviación estándar de 1.55.

La media más alta de satisfacción estudiantil se observó en el ítem 4, “Me siento feliz en mi colegio o liceo” (*M* = 4.51, *DE* = 1.82). La media más baja corresponde al ítem 2, “Me encanta estudiar en mi colegio o liceo” (*M* = 4.17, DE = 1.62).

La percepción de la imagen institucional fue medida en una escala de siete puntos, cuyas categorías oscilan entre *pésimo* (1) y *excelente* (7). La puntuación media mínima observada fue igual a 2.12, mientras la máxima observada fue igual a 6.72. Se observó una media general igual a 4.79, con una desviación estándar de .80.

La media más alta de la percepción de la imagen institucional se observó en el ítem 10, en términos de cómo percibe el estudiante a la institución con relación a “maestros experimentados” (*M* = 5.65, *DE* = 0.98). La media más baja corresponde al ítem 21, “tamaño del campus” (*M* = 3.88, *DE* = 1.76).

Los resultados hallados en la presente investigación evidenciaron que existe una relación significativa entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen

institucional de los estudiantes que participaron del estudio.

La percepción de la imagen institucional explica el 39.2% de la varianza de la satisfacción estudiantil, con una potencia estadística igual a 1.0, es decir, del 100%, lo cual revela con total seguridad que es correcta la decisión de rechazar la hipótesis nula.

Se realizaron diferentes análisis complementarios de los efectos de las variables demográficas sobre las variables principales del estudio, de acuerdo con género, edad, grado y religión, en comparación con las medias de satisfacción estudiantil y percepción de la imagen institucional. Se observó que la media de la satisfacción estudiantil del género masculino ($M$ = 4.62) es significativamente mayor ($t_{(190)}$ = 2.419, $p$ = .016) que la del género femenino ($M$ = 4.08). También se observó que la media de la percepción de la imagen institucional del género masculino ($M$ = 4.89) es ligeramente superior a la del género femenino ($M$ = 4.68). La diferencia no llega a ser estadísticamente significativa ($t_{(190)}$ = 1,836, $p$ = .068).

La percepción de la imagen institucional presentó una correlación negativa significativa con la edad de los participantes ($r$ = -.172, $p$ = .017). A mayor edad, la puntuación de la percepción de la imagen institucional tiende a ser más baja.

Se determinaron diferencias significativas de medias para las variables del estudio entre los participantes según su grado escolar. Fueron significativas las diferencias de percepción de la imagen institucional ($F_{(5, 186)}$ = 5.969, $p$ < .001) como las de satisfacción estudiantil ($F_{(5, 186)}$ = 3.514, $p$ = .005). La percepción de la imagen institucional de los estudiantes de los grados octavo ($M$ = 4.35) y noveno ($M$ = 4.55) fue significativamente menor que la de los grados sexto ($M$ = 5.18) y séptimo ($M$ = 5.20). La

satisfacción estudiantil de los estudiantes del sexto grado ($M$ = 5.02) fue significativamente superior a la de los estudiantes de los grados octavo ($M$ = 3.67) y décimo ($M$ = 3.94), mientras la satisfacción de los estudiantes de séptimo grado ($M$ = 4.77) fue significativamente superior a la satisfacción de los del grado octavo ($M$ = 3.67).

Se observaron diferencias significativas de medias de satisfacción estudiantil entre los grupos determinados por su religión ($F_{(3,188)} = 6.632$, $p < .001$). Los estudiantes que profesan la religión adventista ($M$ = 4.72), católica ($M$ = 4.35) y cristiana evangélica ($M$ = 4.09) presentan una media significativamente superior a la de los que se identifican con otra denominación ($M$ = 3.25).

Finalmente no se observaron diferencias significativas de medias en cuanto a la percepción de la imagen institucional entre los participantes determinados por su religión ($F_{(3, 188)} = 2.161$, $p = .094$).

## Discusión

A continuación se presenta la discusión de los resultados obtenidos en el estudio, teniendo en cuenta los aspectos de mayor relevancia. Se discuten primero los resultados de carácter descriptivo y luego los de carácter inferencial.

### Resultados de carácter descriptivo

Se observó una media general igual a 4.34 en la satisfacción estudiantil, lo cual indica en términos de la escala propuesta por el instrumento de medición que está relativamente distanciado de la valoración positiva *máximo de acuerdo*. La media más alta se observó en el ítem 4, “Me siento feliz en mi colegio o liceo”. En este sentido, se podría plantear una oportunidad de mejora para que la experiencia de la vida

escolar reporte momentos de alegría y felicidad a partir de experiencias de aprendizaje significativo. Los alumnos más satisfechos con su vida están más conectados con la escuela, experimentan las emociones positivas sobre la escuela con más frecuencia y les gusta asistir a la escuela (Lewis et al., 2011). Todos los ítems del instrumento presentan una media ligeramente por encima de 4. Frente a una media general de 4.34, hay que revisar detenidamente las acciones que se realizan cotidianamente en la institución, porque no están teniendo el efecto deseado en la población estudiantil.

Con el propósito de transitar en el camino de la calidad educativa, es importante utilizar la medición de la satisfacción estudiantil, ya que suministra información relevante que permite una toma de decisiones en materia de gestión educativa que impacten de manera positiva sobre la permanencia de los estudiantes vinculados a una organización educativa (Cadena Badilla et al., 2015; Román Fuentes et al., 2015).

Con respecto a la percepción de la imagen institucional de los estudiantes, se observó una media general igual a 4.79, que la ubica entre los conceptos de *regula*r y *bueno*, más cercana al concepto de *bueno*, lo cual podría indicar que de alguna manera algunas de las actividades generadas durante el año escolar logran involucrar emocionalmente al estudiantado. Las experiencias transmitidas vía boca a boca terminan impactando en la construcción de la imagen institucional de los diferentes públicos de interés. De igual manera se puede lograr el mismo efecto mediante las actividades de mercadeo programadas por la organización (Sánchez Fernández et al., 2010). En este sentido, se debería promover la divulgación de todas las actividades que realiza la institución en favor del desarrollo de los estudiantes.

El ítem 10 fue el mejor puntuado de la percepción de la imagen institucional y

se refiere a cómo percibe el estudiante a la institución con relación a la disponibilidad de maestros experimentados. Los estudiantes valoran positivamente las experiencias de aprendizaje de sus maestros, así como el buen manejo de las clases, lo cual facilita la armonía y la sana convivencia dentro y fuera del aula de clases. Se observó como segundo ítem mejor valorado el que hace referencia a los principios morales. De acuerdo con la escala usada, el nivel de tal percepción se ubica entre *bueno* y *muy bueno,* ligeramente más cerca de *muy bueno*. Esto podría indicar una posible fortaleza en el proceso de acompañamiento de los estudiantes por medio de la consejería de sus maestros y demás organismos del gobierno escolar, así como una programación de actividades que, al ser abordadas de manera transversal, logran tener conexión con la vida del estudiante. Este aspecto debe mantenerse y fortalecerse, ya que hace parte de la propuesta de valor de la institución educativa y en cierta forma es un criterio para la decisión de estudiar en la institución, pues se distingue entre otras justamente por la promoción de estos principios.

La media más baja corresponde al ítem 21, “tamaño del campus”. Este resultado podría deberse al hecho de que los estudiantes perciben que, aunque el área disponible permite el desarrollo de las actividades regulares del quehacer educativo, no es suficiente para atender las necesidades referidas a los aspectos lúdicos, deportivos o de esparcimiento.

## Resultados de carácter inferencial

Los hallazgos encontrados permiten corroborar la hipótesis de investigación que postula la existencia de una relación altamente significativa entre la satisfacción estudiantil y la percepción de la imagen institucional en estudiantes del bachillerato de la

Corporación Educativa Adventista, sede Cámbulos, de la ciudad de Cali, Colombia.

Este resultado permite confirmar lo que se esperaba desde que se planteó la hipótesis de investigación. Coincide con otros estudios que ratifican la importancia de la satisfacción estudiantil en la valoración de la calidad educativa (Pereira Álvarez, 2021; Surdez-Pérez et al., 2017), donde no solo se obtuvo, como se esperaba, una correlación entre la satisfacción estudiantil y la imagen institucional, sino también que está correlación no es débil.

La media de la satisfacción estudiantil en el género masculino es significativamente mayor a la del género femenino, lo que podría abrir la posibilidad de revisar si los espacios lúdicos o recreativos están mejor diseñados para los gustos, preferencias y necesidades de los varones, sin tener en cuenta las expectativas de las señoritas.

En el presente estudio se observó que la percepción de la imagen institucional presentó una correlación negativa significativa con la edad de los participantes, lo que indica que en los estudiantes de mayor edad la puntuación de la percepción de la imagen institucional tiende a ser más baja. Dicho fenómeno podría tener algunas implicaciones. Por ello, en primer lugar, habría que revisar las estrategias con las cuales se están aplicando las sanciones contempladas en el manual de convivencia, así como la manera en que se esté otorgando participación a los estudiantes en el gobierno escolar o en el proceso de elección de los candidatos a personería o al concejo estudiantil. En segundo lugar, debería revisarse la manera con la cual se socializan las normas y resolver la falta de una pedagogía adecuada para su interiorización, porque la actual podría estar generando una imagen de autoritarismo. Si a eso se le suman los cambios a nivel biológico y conductual de la adolescencia, se puede llegar a

configurar una postura de animadversión hacia la institución, no porque el estudiante esté en desacuerdo con las normas, sino con la manera en la que se imparte justicia en términos de lo consagrado en el manual de convivencia escolar, lo que se conoce como el debido proceso. Otro aspecto que debería tenerse en cuenta frente a este resultado en los estudiantes de mayor edad de la institución es que posiblemente no encuentran que sus expectativas en materia de lo que se les ofrece y lo que reciben estén alineadas, por tener un mayor nivel de conciencia de los acontecimientos y no ver que haya avances significativos en cuanto a los cambios que ellos esperan que se efectúen en la institución. También se podría considerar que el máximo representante de la población estudiantil, que es el personero, y cuyo proceso de elección representa el mayor grado de participación en el gobierno escolar, posiblemente no encuentre un apoyo realmente significativo por parte de la administración y de la asociación de padres en cuanto a lo que tiene que ver con la implementación de las propuestas por las cuales fue elegido. Podría ser que las impresiones provocadas por las experiencias transmitidas por parte de otros públicos, como los amigos y los conocidos, generen unas expectativas en los estudiantes, que se constituyan en el centro del proceso formativo. Junto con estas expectativas, los ofrecimientos realizados por la organización educativa exigirían un esfuerzo adicional para colmar o sobrepasar tales expectativas del cliente (Kotler y Keller, 2012), debido a las necesidades percibidas en los aspectos físico, social e individual del estudiante (Kotler y Armstrong, 2013). Aspectos como no tener acceso a un solo computador por estudiante, falta de implementos para los laboratorios de ciencias o tener que traer de casa la mayor parte del instrumental para las prácticas también podrían constituir un factor de la percepción de la imagen

institucional más baja en los grados superiores.

Se observaron diferencias significativas de medias de satisfacción estudiantil entre los grupos determinados por su religión. Los estudiantes que profesan la religión adventista, católica y cristiana evangélica presentan una media significativamente superior a la de los que se identifican con otra denominación. Los estudiantes que adhieren a una determinada denominación otorgan relevancia a la coherencia entre los principios que se aplican en la escuela y los valores bíblicos como a la integración de fe en el aprendizaje, aspectos que los estudiantes que no se identifican con ninguna denominación religiosa no le dan mayor relevancia o se muestran indiferentes ante ellos.

## Conclusiones

A continuación, se presentan las conclusiones a las que llegó este estudio.

1. Los ítems de la satisfacción estudiantil que tuvieron una mayor valoración fueron los relacionados con la sensación de felicidad en el colegio y el disfrutar del colegio.

2. Los ítems de la percepción de la imagen institucional con mayor valoración fueron los relacionados con la disponibilidad de maestros experimentados y con los principios morales que promueve la institución.

3. Los ítems con menor puntuación en la percepción de la imagen institucional tienen que ver con el tamaño del campus y la modernidad de las instalaciones.

4. Existe una correlación positiva altamente significativa entre las variables satisfacción estudiantil y percepción de la imagen institucional en los participantes del estudio.

5. Los participantes del género masculino se siente más satisfechos con la institución que los del género femenino.

6. Los estudiantes de los grados inferiores del bachillerato tienen mejores niveles de satisfacción y perciben mejor la imagen de la institución que los de los grados superiores.

## Recomendaciones

A continuación, se presentan algunas recomendaciones que se desprenden del análisis de los resultados del presente estudio.

### Para la gestión educativa

1. Diseñar e implementar estrategias encaminadas a mejorar significativamente la percepción de la imagen institucional.

2. Diseñar e implementar un plan de comunicaciones para fortalecer la imagen institucional en los estudiantes y en todos los miembros de la comunidad educativa.

3. Fortalecer el programa de convivencia y bienestar estudiantil, con el objetivo de promover acciones que propendan a la felicidad de los estudiantes para que puedan estar cada vez más satisfechos con su institución y vean en ella una aliada de su proceso formativo y un apoyo para mejorar su espiritualidad.

4. Diseñar e implementar un programa de mejoras en materia de infraestructura física y tecnológica.

5. Institucionalizar un sistema periódico de evaluación de los niveles de satisfacción de la población en diferentes momentos del año escolar.

6. Empoderar a la comisión de promoción y mercadeo para que pueda generar acciones correctivas y preventivas encaminadas a mejorar los indicadores de satisfacción estudiantil y de imagen institucional.

Para futuras investigaciones

1. Tomar en cuenta otras variables demográficas, tales como la antigüedad del estudiante en la institución y la manera como conoció la institución, cuyos datos serían muy valiosos para el enriquecimiento de los resultados.

2. Contrastar los datos de las variables observadas en la población estudiantil con los que se puedan obtener de otros miembros de la comunidad educativa, tales como padres y egresados.

3. Incluir en el estudio a los estudiantes de todos los niveles educativos con los que cuenta la institución.

4. Extender el estudio a una población más amplia que incluya todas las instituciones del Sistema Educativo Adventista de la Unión Colombiana del Sur.

## APÉNDICE A

## INSTRUMENTOS

### Introducción

Este instrumento mide la percepción de la imagen que los estudiantes tienen de la institución y su nivel de satisfacción con la escuela. Tu participación es anónima y de gran valor para la investigación que busca realizar aportes en este nivel educativo.

EDAD: _____ GÉNERO: M: ___ F: ___ RELIGIÓN: ADVENTISTA: ____ CATÖLICA: ___ CRISTIANA EVANGELICA___ OTRA: ___ ¿CUAL?:_____

IMAGEN INSTITUCIONAL

**Indicaciones**: Al analizar cada indicador, que se da a continuación, marque con una "X" el espacio que indica la percepción de la **imagen,** utilizando la siguiente escala.

| Pésimo (a) | Muy malo (a) | Malo (a) | Regular | Bueno (a) | Muy Bueno (a) | Excelente |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

| ¿Cómo percibe a la institución con relación a… | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. Principios morales? | | | | | | | |
| 2. Línea conservadora? | | | | | | | |
| 3. Trato bondadoso? | | | | | | | |
| 4. Espíritu alegre? | | | | | | | |
| 5. Educación práctica? | | | | | | | |
| 6. Maestros innovadores? | | | | | | | |
| 7. Calidad académica? | | | | | | | |
| 8. Liderazgo administrativo? | | | | | | | |
| 9. Actualización de planes de estudio? | | | | | | | |
| 10. Maestros experimentados? | | | | | | | |
| 11. Exigencia de planes de estudio? | | | | | | | |
| 12. Centrada en el estudiante? | | | | | | | |
| 13. Difusión de la cultura? | | | | | | | |
| 14. Actividad estudiantil? | | | | | | | |
| 15. Seguridad del campus? | | | | | | | |
| 16. Prestigio en la comunidad? | | | | | | | |
| 17. Administración democrática? | | | | | | | |
| 18. Relación con sus públicos? | | | | | | | |
| 19. Económica en sus costos? | | | | | | | |
| 20. Solidez económica? | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 21. Tamaño del campus? | | | | | | | |
| 22. Limpieza del campus? | | | | | | | |
| 23. Modernidad en sus instalaciones? | | | | | | | |
| 24. Tecnología educativa? | | | | | | | |
| 25. Imagen institucional (en general)? | | | | | | | |

## SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL

A continuación, marque con una “X” el espacio que indica su nivel de acuerdo o desacuerdo con cada declaración, donde 1 significa “mínimo de acuerdo” hasta 7 que significa “máximo de acuerdo”.

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. Disfruto mi colegio o liceo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 2. Me encanta estudiar en mi colegio o liceo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 3. Me alegra estar en el colegio o liceo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. Me siento feliz en el colegio o liceo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

## APÉNDICE B

## DESCRIPCIÓN DE LOS PARTICIPANTES

```
FREQUENCIES VARIABLES=EDAD GENERO GRADO RELIGIÓN P1 P2 P3 P4 P5 P6 P7 P8 P9
P10 P11 P12 P13 P14 P15 P16 P17 P18 P19 P20 P21 P22 P23 P24 P25 P26 P27 P28
P29
  /ORDER=ANALYSIS.
```

### Frecuencias

| | | EDAD | GENERO | GRADO | RELIGIÓN |
|---|---|---|---|---|---|
| N | Válidos | 192 | 192 | 192 | 192 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 |

### Tabla de frecuencia

**EDAD**

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válidos | 10 | 1 | ,5 | ,5 | ,5 |
| | 11 | 8 | 4,2 | 4,2 | 4,7 |
| | 12 | 30 | 15,6 | 15,6 | 20,3 |
| | 13 | 20 | 10,4 | 10,4 | 30,7 |
| | 14 | 34 | 17,7 | 17,7 | 48,4 |
| | 15 | 28 | 14,6 | 14,6 | 63,0 |
| | 16 | 41 | 21,4 | 21,4 | 84,4 |
| | 17 | 26 | 13,5 | 13,5 | 97,9 |
| | 18 | 3 | 1,6 | 1,6 | 99,5 |
| | 19 | 1 | ,5 | ,5 | 100,0 |
| | Total | 192 | 100,0 | 100,0 | |

**GÉNERO**

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válidos | M | 94 | 49,0 | 49,0 | 49,0 |
| | F | 98 | 51,0 | 51,0 | 100,0 |
| | Total | 192 | 100,0 | 100,0 | |

**GRADO**

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válidos | 6 | 27 | 14,1 | 14,1 | 14,1 |
| | 7 | 32 | 16,7 | 16,7 | 30,7 |
| | 8 | 30 | 15,6 | 15,6 | 46,4 |
| | 9 | 28 | 14,6 | 14,6 | 60,9 |
| | 10 | 38 | 19,8 | 19,8 | 80,7 |
| | 11 | 37 | 19,3 | 19,3 | 100,0 |
| | Total | 192 | 100,0 | 100,0 | |

**RELIGIÓN**

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| Válidos | Adventista | 95 | 49,5 | 49,5 | 49,5 |
| | Católico | 30 | 15,6 | 15,6 | 65,1 |
| | Cristianos evangélicos | 44 | 22,9 | 22,9 | 88,0 |
| | Otro | 23 | 12,0 | 12,0 | 100,0 |
| | Total | 192 | 100,0 | 100,0 | |

## APÉNDICE C

## ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 P7 P8 P9 P10 P11 P12 P13 P14 P15 P16 P17 P18
P19 P20 P21 P22 P23 P24 P25
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA.
```

### Análisis de fiabilidad

### Escala: IMAGEN INSTITUCIONAL

**Resumen del procesamiento de los casos**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Casos | Válidos | 191 | 100.0 |
| | Excluidos[a] | 0 | .0 |
| | Total | 191 | 100.0 |

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticos de fiabilidad**

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|---|---|
| .929 | 25 |

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=P26 P27 P28 P29
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA.
```

## Análisis de fiabilidad

## Escala: SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL

**Resumen del procesamiento de los casos**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Casos | Válidos | 191 | 100.0 |
| | Excluidos[a] | 0 | .0 |
| | Total | 191 | 100.0 |

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticos de fiabilidad**

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|---|---|
| .950 | 4 |

## APÉNDICE D

## DESCRIPTIVOS DE LAS VARIABLES PRINCIPALES

```
COMPUTE imagen
SUM(P1,P2,P3,P4,P5,P6,P7,P8,P9,P10,P11,P12,P13,P14,P15,P16,P17,P18,P19,P20,
P21,P22,P23,P24,P25).
EXECUTE.
COMPUTE satisfacción=SUM(P26,P27,P28,P29).
EXECUTE.
DESCRIPTIVES VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 P7 P8 P9 P10 P11 P12 P13 P14 P15
P16 P17 P18 P19 P20 P21 P22 P23 P24 P25
  /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX
  /SORT=MEAN (D).
```

## Descriptivos

### Ítems de imagen institucional

**Estadísticos descriptivos**

| | N | Mínimo | Máximo | Media | Desv. típ. |
|---|---|---|---|---|---|
| P10 | 191 | 3 | 7 | 5.65 | .971 |
| P1 | 191 | 1 | 7 | 5.46 | .988 |
| P11 | 191 | 1 | 7 | 5.30 | 1.082 |
| P2 | 191 | 1 | 7 | 5.27 | 1.195 |
| P7 | 191 | 1 | 7 | 5.12 | 1.197 |
| P3 | 191 | 1 | 7 | 5.06 | 1.182 |
| P15 | 191 | 1 | 7 | 4.98 | 1.407 |
| P4 | 191 | 1 | 7 | 4.92 | 1.235 |
| P18 | 191 | 1 | 7 | 4.91 | 1.223 |
| P5 | 191 | 1 | 7 | 4.90 | 1.475 |
| P8 | 191 | 1 | 7 | 4.87 | 1.238 |
| P6 | 191 | 1 | 7 | 4.82 | 1.277 |
| P12 | 191 | 1 | 7 | 4.81 | 1.183 |
| P25 | 191 | 1.0 | 7.0 | 4.785 | 1.3996 |
| P22 | 191 | 1.0 | 7.0 | 4.785 | 1.3223 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| P16 | 191 | 1 | 7 | 4.72 | 1.257 |
| P9 | 191 | 1 | 7 | 4.66 | 1.237 |
| P13 | 191 | 1 | 7 | 4.63 | 1.441 |
| P17 | 191 | 1 | 7 | 4.61 | 1.305 |
| P20 | 191 | 1.0 | 7.0 | 4.492 | 1.3134 |
| P14 | 191 | 1 | 7 | 4.47 | 1.457 |
| P19 | 191 | 1 | 7 | 4.39 | 1.503 |
| P24 | 191 | 1 | 7 | 4.38 | 1.620 |
| P23 | 191 | 1 | 7 | 3.86 | 1.540 |
| P21 | 191 | 1.0 | 7.0 | 3.827 | 1.7551 |
| N válido (según lista) | 191 | | | | |

```
DESCRIPTIVES VARIABLES=P26 P27 P28 P29
  /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX
  /SORT=MEAN (D).
```

## Descriptivos

### Ítems de satisfacción estudiantil

**Estadísticos descriptivos**

| | N | Mínimo | Máximo | Media | Desv. típ. |
|---|---|---|---|---|---|
| P29 | 191 | 1.0 | 7.0 | 4.508 | 1.8263 |
| P26 | 191 | 1.0 | 7.0 | 4.351 | 1.5753 |
| P28 | 191 | 1.0 | 7.0 | 4.340 | 1.6462 |
| P27 | 191 | 1.0 | 7.0 | 4.168 | 1.6200 |
| N válido (según lista) | 191 | | | | |

```
DESCRIPTIVES VARIABLES=imagen satisfacción
  /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.
```

## Descriptivo

### Puntuaciones totales de las variables del estudio

**Estadísticos descriptivos**

| | N | Mínimo | Máximo | Media | Desv. típ. |
|---|---|---|---|---|---|
| percepción imagen | 191 | 53.00 | 168.00 | 119.6859 | 20.16917 |
| satisfacción del estudiante | 191 | 4.00 | 28.00 | 17.3665 | 6.22404 |
| N válido (según lista) | 191 | | | | |

# APÉNDICE E

# PRUEBA DE HIPÓTESIS

**Correlaciones**

| | | Imagen | Satisfacción |
|---|---|---|---|
| Imagen | Correlación de Pearson | 1 | ,626** |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 |
| | N | 192 | 192 |
| Satisfacción | Correlación de Pearson | ,626** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | |
| | N | 192 | 192 |

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

# Results

## Correlation

Pearson's Correlations

| Variable | | Imagen | Satisfacción |
|---|---|---|---|
| 1. Imagen | Pearson's r | — | |
| | p-value | — | |
| 2. Satisfacción | Pearson's r | 0.626 | — |
| | p-value | < .001 | — |

## Assumption checks

Shapiro-Wilk Test for Multivariate Normality

| Shapiro-Wilk | p |
|---|---|
| 0.977 | 0.003 |

Shapiro-Wilk Test for Bivariate Normality

| | | | Shapiro-Wilk | p |
|---|---|---|---|---|
| Imagen | - | Satisfacción | 0.977 | 0.003 |

Test family: Exact

Statistical test: Correlation: Bivariate normal model

Type of power analysis: Compromise: Compute implied α & power – given β/α ratio, sample size, and effect size

Input Parameters

| | |
|---|---|
| Tail(s) | One |
| Determine => Correlation ρ H1 | 0.626 |
| β/α ratio | 1 |
| Total sample size | 190 |
| Correlation ρ H0 | 0 |

Output Parameters

| | |
|---|---|
| Lower critical r | 0.3525467 |
| Upper critical r | 0.3525467 |
| α err prob | 3.042384e-007 |
| β err prob | 3.042384e-007 |
| Power (1-β err prob) | 0.9999997 |

# APÉNDICE F

# OTROS ANÁLISIS

## GÉNERO

**Estadísticos de grupo**

| | Género | N | Media | Desviación típ. | Error típ. de la media |
|---|---|---|---|---|---|
| Imagen | M | 94 | 4,8940 | ,78589 | ,08106 |
| | F | 98 | 4,6820 | ,81332 | ,08216 |
| Satisfacción | M | 94 | 4,6170 | 1,47228 | ,15185 |
| | F | 98 | 4,0816 | 1,58877 | ,16049 |

**Prueba de muestras independientes**

| | | Prueba de Levene para la igualdad de varianzas | | Prueba T para la igualdad de medias | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | F | Sig. | t | gl | Sig. (bilateral) | Diferencia de medias | Error típ. de la diferencia | 95% Intervalo de confianza para la diferencia | |
| | | | | | | | | | Inferior | Superior |
| Imagen | Se han asumido varianzas iguales | ,036 | ,850 | 1,836 | 190 | ,068 | ,21200 | ,11550 | -,01582 | ,43982 |
| | No se han asumido varianzas iguales | | | 1,837 | 189,989 | ,068 | ,21200 | ,11541 | -,01566 | ,43966 |
| Satisfacción | Se han asumido varianzas iguales | ,551 | ,459 | 2,419 | 190 | ,016 | ,53539 | ,22130 | ,09887 | ,97190 |
| | No se han asumido varianzas iguales | | | 2,423 | 189,778 | ,016 | ,53539 | ,22095 | ,09956 | ,97121 |

EDAD

**Correlaciones**

| | | Edad | Imagen | Satisfacción |
|---|---|---|---|---|
| Edad | Correlación de Pearson | 1 | -,172* | -,130 |
| | Sig. (bilateral) | | ,017 | ,072 |
| | N | 192 | 192 | 192 |
| Imagen | Correlación de Pearson | -,172* | 1 | ,626** |
| | Sig. (bilateral) | ,017 | | ,000 |
| | N | 192 | 192 | 192 |
| Satisfacción | Correlación de Pearson | -,130 | ,626** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,072 | ,000 | |
| | N | 192 | 192 | 192 |

*. La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

GRADO

**ANOVA de un factor**

| | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Imagen | Inter-grupos | 17,111 | 5 | 3,422 | 5,969 | ,000 |
| | Intra-grupos | 106,648 | 186 | ,573 | | |
| | Total | 123,760 | 191 | | | |
| Satisfacción | Inter-grupos | 39,717 | 5 | 7,943 | 3,514 | ,005 |
| | Intra-grupos | 420,471 | 186 | 2,261 | | |
| | Total | 460,188 | 191 | | | |

## Pruebas post hoc
## Subconjuntos homogéneos

**Imagen**

Student-Newman-Keuls

| Grado | N | Subconjunto para alfa = 0.05 | |
|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 |
| 8 | 30 | 4,3467 | |
| 9 | 28 | 4,5486 | |
| 10 | 38 | 4,7232 | 4,7232 |
| 11 | 37 | 4,7449 | 4,7449 |
| 6 | 27 | | 5,1778 |
| 7 | 32 | | 5,1963 |
| Sig. | | ,162 | ,067 |

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 31,467.

b. Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

**Satisfacción**

Student-Newman-Keuls

| Grado | N | Subconjunto para alfa = 0.05 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 |
| 8 | 30 | 3,6667 | | |
| 10 | 38 | 3,9408 | 3,9408 | |
| 9 | 28 | 4,2321 | 4,2321 | 4,2321 |
| 11 | 37 | 4,5270 | 4,5270 | 4,5270 |
| 7 | 32 | | 4,7734 | 4,7734 |
| 6 | 27 | | | 5,0185 |
| Sig. | | ,109 | ,128 | ,165 |

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 31,467.

b. Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

RELIGIÓN

**ANOVA de un factor**

| | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Imagen | Inter-grupos | 4,126 | 3 | 1,375 | 2,161 | ,094 |
| | Intra-grupos | 119,634 | 188 | ,636 | | |
| | Total | 123,760 | 191 | | | |
| Satisfacción | Inter-grupos | 44,042 | 3 | 14,681 | 6,632 | ,000 |
| | Intra-grupos | 416,146 | 188 | 2,214 | | |
| | Total | 460,188 | 191 | | | |

## Pruebas post hoc

## Subconjuntos homogéneos

**Imagen**

Student-Newman-Keuls

| Religión | N | Subconjunto para alfa = 0.05 |
|---|---|---|
| | | 1 |
| otra denominación | 23 | 4,4765 |
| cristiano evangélico | 44 | 4,6791 |
| católico | 30 | 4,7920 |
| adventista | 95 | 4,9082 |
| Sig. | | ,100 |

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 36,342.

b. Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

**Satisfacción**

Student-Newman-Keuls

| Religión | N | Subconjunto para alfa = 0.05 | |
|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 |
| otra denominación | 23 | 3,2500 | |
| cristiano evangélico | 44 | | 4,0909 |
| católico | 30 | | 4,3500 |
| adventista | 95 | | 4,7237 |
| Sig. | | 1,000 | ,168 |

Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Usa el tamaño muestral de la media armónica = 36,342.

b. Los tamaños de los grupos no son iguales. Se utilizará la media armónica de los tamaños de los grupos. Los niveles de error de tipo I no están garantizados.

## REFERENCIAS


Acevedo Paredes, G. (2008). *Análisis de la cultura organizacional para generar cambios en una institución educativa* [Proyecto de grado, Universidad de la Sabana]. Intellectum. https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/3399/132081.pdf

Aguayo, R. (1993). *El método Deming*. Javier Vergara Editor.

Alves, H. y Raposo, M. (2004). La medición de la satisfacción en la enseñanza universitaria: el ejemplo de la Universidade da Beira Interior. *International Review on Public and Nonprofit Marketing, 1*(1), 73-88. https://doi.org/10.1007/BF02896618

Anderson, S. (2010). *Cómo matar la educación adventista y cómo darle una oportunidad.* Asociación Publicadora Interamericana.

Barraza Macías, A. (2011). Estresores académicos y satisfacción estudiantil en alumnos de educación media superior. *Alter: Enfoques Críticos, 3*, 59-75. http://www.alterenfoques.com/alter3

Baker, J. E., Dilly, L. J., Aupperlee, J. L. y Patil, S. A. (2003). The developmental context of school satisfaction: Schools as psychologically healthy environments. *School Psychology Quarterly, 18*(2), 206-221. https://doi.org/10.1521/scpq.18.2.206.21861

Benassini, M. (2001). *Introducción a la investigación de mercados*. Pearson Educación.

Caetano Alvés, G. N. (2003). *Marketing en los servicios de educación: modelos de percepción de calidad* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. E-Prints Complutense. https://eprints.ucm.es/id/eprint/4768/1/T26770.pdf

Cadena Badilla, M., Mejías Acosta, A., Vega Robles, A. y Vásquez Quiroga, J. (2015). La satisfacción estudiantil universitaria: análisis estratégico a partir del análisis de factores. *Industrial Data*, *18*(1), 9-28. https://doi.org/10.15381/idata.v18i1.12062

Corimayhua Condori, A. (2011, 2-4 de noviembre). *Calidad de los servicios educativos y la satisfacción de los alumnos de los colegios adventistas de Lima* [Ponencia]. Primer Congreso Nacional de Investigación, Lima, Perú. https://www.academia.edu/signup?a_id=31472674

Danielsen, G. A., Breivik, K. y Wold, B. (2011). Do perceived academic competence and school satisfaction mediate the relationships between perceived support provided by teachers and classmates, and academic initiative? *Scandinavian Journal of Educational Research, 55*(4), 379-401. https://doi.org/10.1080/00313831.2011.587322

Díaz Dumont, J. R., Núñez Lira, L. A. y Cáceres Limaco, K. V. (2018). Influencia de las competencias gerenciales y la gestión por resultados en la imagen institucional. *Fides et Ratio, 16*(16), 169-197. http://fidesetratio.ulasalle.edu.bo/index.php/fidesetratio/article/view/35

Duart, J. M. y Martínez, M. J. (2001). *Evaluación de la calidad docente en entornos virtuales de aprendizaje.* https://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/0109041/duartmartin.html

Fritz, A. y Pitchon, V. (1997). The current state of research on automotive lean NOx catalysis. *Applied Catalysis B: Environmental*, *13*(1), 1-25. https://doi.org/10.1016/S0926-3373(96)00102-6

Galgano, A. (1993). *Calidad total*. Ediciones Díaz de Santos.

Gento Palacios, S. y Vivas García, M. (2003). El SEUE: un instrumento para conocer la satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación. *Acción Pedagógica, 12*(2), 16-27. http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/17108

Giese, J. L. y Cote, J. A. (2000). Defining customer satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, *4*, Artículo 2. https://cdn.ymaws.com/www.ams-web.org/resource/resmgr/original_amsr/giese01-2000.pdf

González de la Rosa, J. T. (2016). *Modelo de factores predictores de desempeño e imagen institucional validado en colegios confesionales dominicanos* [Tesis doctoral, Universidad de Montemorelos]. DSpace. http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/handle/20.500.11972/197

Hampton, D. R. (1993). *Administración* (3ª ed.). McGraw-Hill.

Heitmann, M., Lehmann, D. R. y Herrmann, A. (2007). Choice goal attainment and decisión and consumption satisfaction. *Journal of Marketing Research, 44*(2), 234-250. https://doi.org/10.1509%2Fjmkr.44.2.234

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.

Huebner, E. S. (1994). Preliminary development and validation of a multidimensional life satisfaction scale for children. *Psychological Assessment, 6*(2), 149-158. https://doi.org/10.1037/1040-3590.6.2.149

Hwang, Y.-S. y 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. https://doi.org/10.2224/sbp.7622

Jeriček, H. (2007). Predstvaitev raziskave. En H. Jeriček, D. Lavtar y T. Pokrajac (Eds.), *Z zdravjem povezano vedenje v šolskem obdobju: HBSC Slovenija 2006* (pp. 11-19). Inštitut za Varovanje Zdravja Republike Slovenije.

Knight, G. R. (2006). ¿Por qué tener educación adventista? *Revista de Educación Adventista*, 22, 4-7. http://circle.adventist.org/files/jae/sp/jae2006sp220404.pdf

Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. Pearson Educación.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.

León, V. (2009). Calidad en la educación. *Logos, 14*, 37-42.

Lepeley, M. T. (2003). *Gestión y calidad en la educación: un modelo de evaluación*. McGraw-Hill.

Lewis, D. A., Huebner, E. S., Malone, S. P. y Valois, F. R. (2011). Life satisfaction and student engagement in adolescents. *Journal of Youth and Adolescence, 40*(3), 249-262. https://doi.org/10.1007/s10964-010-9517-6

Lojo, A. P. (2011). Los públicos internos en la construcción de la imagen corporativa. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, 35*, 85–94. https://doi.org/10.18682/cdc.vi35.1734

Masserini, L., Bini, M. y Pratesi, M. (2019). Do quality of services and institutional image impact students' satisfaction and loyalty in higher education? *Social Indicators Research, 146*(1-2), 25. https://doi.org/10.1007/s11205-018-1927-y

Mateo, J. (2000). La evaluación del profesorado y la gestión de la calidad de la educación: hacia un modelo comprensivo de evaluación sistemática de la docencia. *Revista de Investigación Educativa, 18*(1), 7-34. https://revistas.um.es/rie/article/view/121451

Meza Escobar, F. A. (2011). *El marketing educativo, la imagen institucional y el apoyo de los padres como predictores de la actitud de demanda de la educación universitaria adventista* [Tesis doctoral, Universidad de Montemorelos]. DSpace. http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/handle/20.500.11972/1222

Meza Escobar, M. R. (1996). *Imagen institucional de la Universidad de Montemorelos percibida por públicos selectos* [Tesis doctoral, Universidad de Montemorelos]. DSpace. http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/handle/20.500.11972/753

Nicoletti, J. A. (2008). Adecuación y aplicación de las normas de calidad ISO 9000:2000 en el campo educativo. *Horizontes Educacionales, 13*(2), 75-86. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3987564

O´Reilly Crespo, G. (2011). *Una definición de calidad*. https://www.gestiopolis.com/una-definicion-de-calidad/

Pedraja-Rejas, L., Rodríguez-Ponce, E., Araneda-Guirriman, C. y Rodríguez-Mardones, P. (2016). La relación entre el estilo de liderazgo del director y la satisfacción de los estudiantes: evidencia desde Chile. *Revista de Pedagogía*, *37*(100), 269-287. http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_ped/article/view/11978/11689

Pedraja-Rejas, L., Rodríguez-Ponce, E., Rodríguez Mardones, P., Ganga Contreras, F. y Villegas Villegas, F. (2016). Determinantes del grado de satisfacción de los estudiantes en sus colegios: un estudio exploratorio desde Chile. *Interciencia*, *41*(6), 401-406. https://www.interciencia.net/wp-content/uploads/2017/10/401-PEDRAJA-41-6.pdf

Pereira Álvarez, O. A. (2021). La imagen institucional y el cumplimiento misional como predictores de la satisfacción estudiantil. *Apuntes Universitarios, 11*(3), 226-240. https://doi.org/10.17162/au.v11i3.703

Renihan, F. I. y Renihan, P. J. (1989). Institucional image: The concept and implications for administrative action. *NASSP Bulleting*, *73*(515), 81-90. https://doi.org/10.1177/019263658907351514

Román Fuentes, J. C., Franco Gurría, R. T. y Gordillo Martínez, A. E. (2015). Satisfacción estudiantil sobre servicios recibidos en la universidad: percepción de egresados. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, *8*(3), 103-112. https://ideas.repec.org/a/ibf/riafin/v8y2015i3p103-112.html

Samdal, O., Wold, B. y Bronis, M. (1999). Relationship between students' perceptions of school environment, their satisfaction with school and perceived academic achievement: An international study. *School Effectiveness and School Improvement*, *10*(3), 296-320. https://doi.org/10.1076/sesi.10.3.296.3502

Sánchez Fernández, R., Iniesta Bonillo, M. A, Schlesinger Díaz, W. y Rivera Torres, P. (2010). Analysis of the value creation in higher institutions: A relational perspective. *Theoretical and Applied Economics, 17*(10), 25-36. http://www.store.ectap.ro/articole/518.pdf

Saraiva, M. (2008). La calidad y los "clientes" de la enseñanza superior portuguesa. *Horizontes Educacionales, 13*(2), 41-54. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3987543

Segura Castilla, C. J. (2017). *Autoevaluación según modelo de acreditación para educación superior universitaria propuesta por SINEACE y el perfil profesional de la Escuela Profesional de Educación Física – Universidad Nacional Mayor de San Marcos percibida por estudiantes del X semestre, 2016* [Tesis doctoral, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Cybertesis. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/113/browse?type=author&value=Segura+Castilla%2C+Carlos+Jes%C3%BAs

Solís Hurtado, J. M. (2004). *El manejo del marketing en el servicio educativo; en la organización educativa continental* [Tesis de ingeniería, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Cybertesis. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/1640/Solis_hj.pdf?sequence=1

Suldo, M. A., Shaunessy, E. y Hardesty, R. (2008). Relationships among stress, coping, and mental health in high-achieving high school students. *Psychology in the Schools, 45*(4), 273-290. https://doi.org/10.1002/pits.20300

Suparjo y Sunarsih, E. S. (2018). The role of service quality and institutional image in establishing relational commitment between private universities and the student. *Journal of Entrepreneurship Education*, *21*(3). https://www.abacademies.org/articles/The-role-of-service-quality-and-institutional-image-1528-2651-21-3-194.pdf

Surdez-Pérez, E. G., Sandoval-Caraveo, M. C. y Lamoyi-Bocanegra, C. L. (2017). Satisfacción estudiantil en la valoración de la calidad educativa universitaria. *Educación y Educadores*, *21*(1), 9-26. https://doi.org/10.5294/edu.2018.21.1.1

Tian, L.L., Liu, W. y Gilman, R. (2010). Explicit and implicit school satisfaction. *Social Behavior and Personality, 38*(10), 1345-1354. https://doi.org/10.2224/sbp.2010.38.10.1345

Turpo Chaparro, J. E. (2014). *Cultura organizacional, imagen institucional y calidad de los servicios educativos según la percepción de los alumnos, padres, docentes y público externo de la Universidad Peruana Unión 2016* [Tesis doctoral, Universidad Peruana Unión]. http://hdl.handle.net/20.500.12840/257

Verkuyten, M. y Thijs, J. (2002). School satisfaction of elementary school children: The role of performance, peer relations, ethnicity and gender. *Social Indicators Research, 59*(2), 203-228. https://doi.org/10.1023/A:1016279602893

White, E. (1934). *Testimonios selectos* (Vol. 3). Ellen G White State. https://egwwritings-a.akamaihd.net/pdf/es_3TS.pdf

Zeithaml, V. A., Berry, L. L. y Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of costumer expectations of services. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *21*(1), 1-12. https://doi.org/10.1177/0092070393211001