

Resumen Ejecutivo

Con el correr de los años, tanto empresas como personas se han ido dando cuenta de que es necesario ir adecuando al entorno que los rodea. Para ello es necesario saber objetivamente, cuáles son los cambios que va requiriendo el entorno.

Ahora, para una institución que se preocupa de formar profesionales, esta idea de cambio debe estar asociada con el grado de satisfacción del alumnado respecto factores claves del nivel de educación recibida.

Es por ello que la presente memoria tienen como objetivo principal el proporcionar información relevante con respecto a cómo percibe el alumnado de la Carrera de Ingeniería Comercial la calidad educacional que reciben y averiguar si existen factores que aún pueden ser mejorados. Así se aportará con información valiosa para la gestión universitaria, cuyas acciones derivadas, contribuirán elevar el nivel de los profesionales egresados de dicha carrera. La información primaria fue recopilada a través de una encuesta cuyo instrumento de medición se basa inicialmente en el método Servqual. El análisis se sustentó en estudios univariados (media estandarizada), descriptivos y multivariados (Análisis Factorial).

En la investigación se logró determinar que existen áreas que están bien evaluadas, pero existen áreas que se pueden mejorar ostensiblemente. También, dentro de la investigación se aclaran conceptos y términos claves, tanto para el análisis que se hacen de los resultados como para las posteriores conclusiones que se obtienen.

El apoyo prestado por la Facultad fue fundamental para el éxito de la investigación y en particular para la recopilación de la información primaria. Los resultados no son muy optimistas, pero todos se pueden solucionar si ambas partes, tanto la escuela como alumnos trabajan hacia un objetivo en común: “el mejoramiento integral de la Carrera”.

Palabras claves del estudio: **conocimiento, habilidad, calidad, calidad de servicio, percepción, expectativas y satisfacción.**