

CULTURA EVALUATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO EDUCATIVO EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS. LIMA

EVALUATIVE CULTURE AND QUALITY OF EDUCATIONAL SERVICE IN THE STUDENTS OF THE FACULTY OF EDUCATION OF THE UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS. LIMA

CULTURA AVALIATIVA E QUALIDADE DO SERVIÇO EDUCACIONAL NOS ALUNOS DA FACULDADE DE EDUCAÇÃO DA UNIVERSIDADE NACIONAL PREFEITO DE SAN MARCOS. LIMA

Recibido: 09 de agosto del 2023

Aceptado: 13 de agosto del 2023

Aprobado: 06 de septiembre del 2023

Endira Rosario **GARCÍA GUTIERREZ**¹

Teresa Petronila **ALONZO HUAPAYA**²

María **ESCALANTE LÓPEZ**³

Resumen

La presente investigación, de enfoque cuantitativo, pretende determinar de qué manera se relaciona la cultura evaluativa con la calidad del servicio educativo en los estudiantes de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. Se aplicó la técnica de la encuesta a una muestra, que estuvo constituida por 50 estudiantes, a quienes se les aplicó dos cuestionarios para medir las variables de estudio, cultura evaluativa y calidad del servicio educativo. Los resultados obtenidos fueron analizados en el nivel descriptivo y en el nivel inferencial según los objetivos y las hipótesis formuladas. En el nivel descriptivo, se han utilizado frecuencias y porcentajes para determinar los niveles predominantes de las variables de estudio; en el nivel inferencial, se ha hecho uso de la estadística paramétrica, dado que los datos presentan distribución normal y como tal se ha utilizado *r* de Pearson a un nivel de significancia del 0,05. Los resultados encontrados demuestran que la cultura evaluativa

¹ Universidad Nacional Mayor de San Marcos ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9586-1492>

² Universidad Tecnológica del Perú ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4988-0371>

³ Universidad Nacional Mayor de San Marcos ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2942-0864>

se expresa predominantemente en un nivel moderado o bueno, asimismo predomina el nivel medio en cuanto al servicio educativo. Se concluye que existe relación directa y significativa entre las variables cultura evaluativa y calidad de servicio educativo.

Palabras clave: Cultura evaluativa, calidad del servicio educativo

Abstract

The present research, with a quantitative approach, aims to determine how the evaluation culture is related to the quality of the educational service in the students of the Faculty of Education of the Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. The survey technique was applied to a sample, which consisted of 50 students, to whom two questionnaires were applied to measure the study variables, evaluative culture and quality of the educational service. The results obtained were analyzed at the descriptive level and at the inferential level according to the objectives and hypotheses formulated. At the descriptive level, frequencies and percentages have been used to determine the predominant levels of the study variables; At the inferential level, parametric statistics have been used, given that the data have a normal distribution and as such, Pearson's r has been used at a significance level of 0.05. The results found demonstrate that the evaluative culture is predominantly expressed at a moderate or good level, and the average level also predominates in terms of educational service. It is concluded that there is a direct and significant relationship between the evaluative culture variables and quality of educational service.

Keywords: Evaluative culture, quality of educational service

Introducción

La presente investigación muestra la importancia de la cultura, concepción, naturaleza y práctica evaluativa en la calidad de servicio educativo de los estudiantes de la Facultad de educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, debido a que a las instituciones de enseñanza superior se les reconoce como agentes de desarrollo del país. Ello implica que es un factor clave o neurálgico para el incremento de competitividad y calidad de vida como logro (Correa, 2018).

Así, en el ámbito educativo el servicio educativo refleja diversos aspectos de la personalidad, puesto que está enfocado en el perfeccionamiento del individuo como un complejo de capacidades, habilidades, destrezas y competencias, capaces de lograr retos en este mundo globalizado y competitivo. Ello implica que, el servicio educativo universitario tiene un gran desafío: la satisfacción del usuario, pues solamente de ese

modo se logrará crear vínculos de identificación y compromiso basado en la satisfacción del servicio recibido. En consecuencia, como correlato de un adecuado servicio brindado por las instituciones se tendrán resultados académicos de calidad.

Objetivo general:

Determinar cómo se relaciona la cultura evaluativa con la calidad de servicio educativo en los estudiantes de la Facultad de educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima

Objetivos Específicos:

- Identificar cómo se relaciona la cultura evaluativa con la comunicación organizacional en los estudiantes de la Facultad de educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima
- Identificar cómo se relaciona la cultura evaluativa con la satisfacción educativa en los estudiantes de la Facultad de educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima
- Identificar cómo se relaciona la cultura evaluativa con marketing educativo en los estudiantes de la Facultad de educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima

Cultura Evaluativa:

Reflexionar sobre la existencia de una cultura evaluativa implica primero dilucidar algunos conceptos básicos que están relacionados directamente con los términos evaluación y cultura para que, a partir de estos primeros atisbos, se construya el enfoque de cultura evaluativa acorde a las necesidades de la presente investigación.

Esta primera tarea exige contar con el aporte de determinados expertos en la temática que se convoca, la cual debe permitir ampliar el marco de discusión sobre los elementos básicos que configuran una cultura evaluativa, sobre todo, concibiéndose como componente formador de un conjunto de valores encaminados hacia la excelencia en las instituciones educativas del nivel universitario.

Al respecto el primer aporte a esta discusión lo brindan Valenzuela, Ramírez y Alfaro (2011) quienes expresan que el término cultura puede definirse como formas de pensar y de sentir de los individuos que conforman el grupo, las relaciones que estos mantienen y los acuerdos explícitos e implícitos que existen entre sí. La cultura refleja, entonces, la forma de vivencia de una determinada población en un momento histórico determinado y que está condicionada por la dinámica que la sociedad impone sobre sus

miembros, es decir, el modo en la que interactúan los individuos y cómo comparten sus experiencias.

Es decir, está influenciado por determinados patrones culturales y que pueden verse mediados por factores tanto internos como externos. Los internos como las tradiciones, las costumbres que se comparten dentro del grupo social explican la forma de comportarse, sin embargo, también la influencia externa puede determinar cambios en el sector más vulnerable que es la juventud, la cual, en muchos casos, adopta comportamientos foráneos, trayendo como consecuencia la afectación de las tradiciones culturales del grupo social en el que se desenvuelven.

Del mismo modo, Giménez (s. f.) manifiesta que “existe una relación simbiótica entre cultura e identidad” (p. 1). Aspecto que pone de relieve una cuestión de suma importancia en las organizaciones del nivel educativo, que es necesidad de tener la capacidad para insertar una cultura interna que logre articular al recurso humano en una sola forma de acción, hacia objetivos comunes unidos y reforzados desde una identidad institucional, que se construya desde las bases de la comunidad. Esta capacidad es propia de aquellas organizaciones que apuestan por el cambio, que están capacitadas para aprender de sus aciertos, pero, sobre todo, de sus desaciertos y transformarse a sí mismos desde adentro y, a partir de lo que son en esencia, impulsar el cambio cualitativo para ser mejores, lo que Senge (2009) rotula como “organizaciones inteligentes”

Freire (1985) reveló de manera contundente con la siguiente máxima “Los hombres no se hacen en el silencio, sino en la palabra, en el trabajo, en la acción, en la reflexión” esa es quizá la fórmula para alcanzar el ideal de hombre nuevo que menciona. Aspecto que resalta la importancia de la comunicación como elemento dinamizador y promotor para comenzar con la tarea del cambio organizacional que se necesita y así apropiarse de las herramientas que coadyuven a la instalación de una cultura con los ideales de la formación integral, que tanto anhelaba el maestro Peñaloza. Este es quizá uno de los aspectos básicos y fundamentales en la generación de una cultura evaluativa, donde el compromiso sea el logro de alcanzar una identidad consensuada en la búsqueda de la generación del talento humano en los futuros profesionales.

Naturaleza de la evaluación

La naturaleza de la evaluación está relacionada a la forma como se define su propósito en el campo educativo y, sobre todo, la naturaleza sobre la cual se diseña para su aplicación en las aulas escolares.

Evaluar el proceso educativo no se interpreta en algo inexistente, es decir, no desconociendo la realidad y contexto en el que se desenvuelve, puesto que en torno a ella confluyen diversos factores que permean su proceso de estructuración y su respectiva aplicación, que conducen hasta los resultados obtenidos a partir de ella. No obstante, muchos de ellos no son perceptibles, por ello se hace alusión a una herramienta valiosa, pero compleja que tiene que ser elaborada con rigurosidad, a fin de ser aprovechado en todos sus extremos y lograr los objetivos y metas trazados (Mejía, Mejía, 2021).

La función de la evaluación implica, entonces, valorar los resultados de la acción educativa para conocer su efectividad sobre el aprendizaje de los estudiantes, lo cual, además, provee información sobre determinados logros previamente establecidos y en qué medida se cumplieron o no. Este aspecto resulta importante, dado que de esta manera se puede tener información hasta dónde llega la efectividad de la metodología empleada para tomar decisiones que lleven a mejorar el proceso educativo y se logren óptimos resultados en términos educativos.

En consecuencia, está encaminada a verificar el logro de los objetivos de aprendizaje, para que sobre esa base se determinen las estrategias de retroalimentación que permitan afianzar los aprendizajes y, sobre todo, mejorar los procesos de enseñanza en función a las características de los estudiantes. Ello es ratificado por Espinoza (2021) quien asevera que la evaluación es un proceso continuo en la que intervienen diversos factores y conduce al docente al proceso de retroalimentación que permita afianzar los aprendizajes y establecer planes de mejora encaminadas a lograr resultados favorables de acuerdo a las características de los estudiantes, por ende, repercute en la calidad educativa.

Práctica evaluativa

La evaluación es una práctica educativa que tiene sentido en la medida que cumple una función de optimizar el proceso educativo, es decir, lograr los aprendizajes esperados. Según señala Fernández (s.f.) la evaluación: "es una actividad orientada a determinar el mérito o valor de alguna cosa". Es, por tanto, una actividad propia del ser humano y, como tal, siempre se ha realizado y es aplicable en muchos ámbitos del saber humano.

Este proceso está orientado a informar sobre la eficacia del proceso realizado y, sobre todo, a verificar los beneficios obtenidos, además de lo que aún no se logra. Esta doble función permite determinar su utilidad como herramienta de aprendizaje. En esa

línea de ideas, evaluar está relacionado con el recojo de información relevante sobre las características de un determinado hecho, sujeto u objeto, con la finalidad de determinar sus fortalezas y debilidades de los estudiantes y, en función a esos resultados, decidir cómo planificar de manera más real, sobre aquello que se quiere mejorar.

Asimismo, nos permite conocer los logros después de una acción realizada para saber en qué medida se han cumplido los objetivos establecidos y planificar acciones de mejora en el proceso realizado. Así, representa uno de los componentes que permite dar evidencias de la mejora en los procesos de enseñanza-aprendizaje y estos han instituido nuevos campos de acción, donde las prácticas evaluativas hacen su aparición como elementos fundamentales en la apreciación, reflexión y deconstrucción del ejercicio docente (Morales y Valverde, 2016).

Servicio educativo

El servicio es un conjunto de acciones o actividades encaminadas a responder una o más necesidades de un usuario, vale decir, sus expectativas en cuanto al tipo de servicio que requiere. En ese sentido, las especificaciones de estos, no necesariamente, garantizan por sí mismas que los requerimientos de los estudiantes sean satisfechos de manera consistente, y ello se refleja si existen deficiencias en el sistema organizacional respecto al apoyo en el proceso enseñanza- aprendizaje de mayor calidad. Esto implica que las organizaciones educativas deben garantizar el desempeño laboral del personal docente a su cargo, enfocados en el ámbito pedagógico, a fin de que los estudiantes alcancen los aprendizajes significativos de manera sostenible, por lo cual se necesita generar un ambiente de trabajo saludable en la que los profesionales de la educación encuentren seguridad y motivación para emprender innovaciones que fortalezcan su práctica docente.

González, M., Pino, M y Penado et al. (2017) estiman que, en el ámbito educativo, el usuario final es el estudiante y su satisfacción está relacionada a la forma en que el proceso educativo y la propia institución colman sus intereses y expectativas. Esta en conjunto con la educación recibida amerita un proceso de revisión constante, cuyo valor es la calidad. Así, la optimización de la calidad educativa superior repercute en la vida de los estudiantes, tal como sostiene Patrón-Cortés (2021) el entorno de la institución puede afectar el bienestar social, intelectual, emocional y cultural, las mismas que derivan de los servicios ofrecidos. Por lo que es necesario comprender que el éxito de la entidad educativa superior es directamente proporcional a la gestión, evaluación y mejora de la calidad, por ende, es imponderable la satisfacción de los clientes y no

menos necesaria, la búsqueda de herramientas altamente confiables para medirla respecto a los servicios que brinda la universidad.

Comunicación organizacional

En la última década, las empresas han empezado a darle mayor importancia a los procesos de comunicación interna en sus organizaciones, en razón de la existencia de la necesidad de optimizar la identidad de sus trabajadores, de sus objetivos corporativos y la activa participación en la toma de decisiones, lo cual conduce a garantizar su sostenibilidad y existencia corporativa (Antón y García, 2019).

La comunicación es el proceso social más importante, por lo que a nivel de la organización interna representa la interacción de mensajes entre todo el personal de la organización, cuyo objetivo radica en mantenerlos informados, a fin de crear las condiciones óptimas entre sus miembros en lo que respecta a las relaciones interpersonales, integración de funciones administrativas de la institución, entre otros. Todo ello encaminado a que en la alta dirección se tomen óptimas decisiones que sean recepcionadas homogéneamente por el personal, así se materializan los objetivos de la organización (Chiavenato, 2019).

Satisfacción educativa

La satisfacción viene a ser un estado gratificante en lo cognitivo y emocional, el cual se materializa en la percepción del individuo frente al cumplimiento de sus expectativas. He allí el relieve que posee la misma respecto al estudiante para lograr el éxito esperado en la institución (Sánchez, 2018).

En el mismo orden de ideas, otra de las razones principales por la cual se requiere conocer la satisfacción educativa es que a través de ella se logra el éxito en la escuela, conservar a los estudiantes en el campus y, tener una evaluación oral positiva (Álvarez y Vernazza, 2017). En este sentido, es crucial hallar medios confiables con los cuales medir y que permitan a las instituciones conocer su realidad, contrastar con otros competidores y analizarla en el tiempo. Asimismo, es importante destacar que medir la satisfacción del usuario tiene asidero siempre que se acompañen acciones sostenibles en el tiempo, conducentes a la toma de decisiones idóneas y aprovechen las oportunidades de mejora.

En tal virtud, es imperativo en cualquier organización, además de captar clientes, retenerlos y/o fidelizarlos, por lo que se debe apostar por lograr la satisfacción total de los educandos a través de estrategias y mecanismos diversos e innovadores que

fortalezcan un servicio ágil y resolutivo y estos se traducen en potenciar el proceso pedagógico y didáctico que trascienda los propósitos educativos.

Marketing educativo

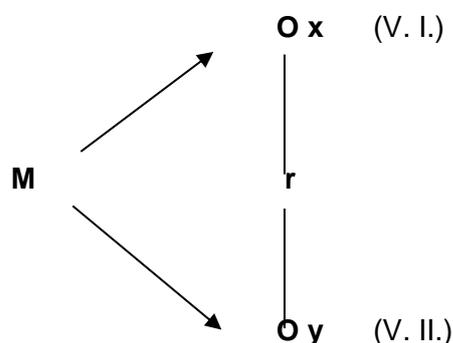
El marketing educativo constituye el proceso de investigación orientado a identificar las necesidades de la sociedad para satisfacerlas de manera rentable, es decir, implementar servicios educativos tendientes a la satisfacción de los usuarios, en concordancia con su valor percibido, promocionados éticamente para la generación de bienestar entre los individuos y sus pares (Manes, 2004).

Es una realidad que el marketing relacionado a lo educativo ha presentado muchas complicaciones, por ello no lo aplican al 100%. Es así que este es un tópico poco abordado para algunos, sin embargo, es fundamental considerarlo al servicio del proceso de crecimiento de las instituciones superiores (Zapata, 2012).

Tipo y diseño de investigación

La investigación por su enfoque es de tipo cuantitativo, porque hace uso de la medición numérica y de la estadística, a fin de contrastar las hipótesis planteadas. Asimismo, es no experimental debido a que no se ha dado la manipulación de variables, vale decir, en base a los hechos; descriptivo ya que buscó medir la variable de estudio y de corte transversal, puesto que la recolección de los datos se dio en un solo momento

El diseño que se empleó es Correlacional, el cual se muestra en el siguiente Diagrama



Denotación:

- M = Muestra de Investigación
- Ox = Variable I: (Cultura evaluativa)
- Oy = Variable II: (Calidad de servicio educativo)
- r = Relación entre variables

Población de estudio

La población comprende a los estudiantes de la Facultad de educación y Educación Física de la Universidad Mayor de San Marcos 2023-2

Muestra

El tamaño muestral fue fijado con un margen de error de 0,05 y un nivel de confianza de 0,95%. Utilizando la fórmula siguiente, donde el estimador es el porcentaje de elección de cada elemento.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{E^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

n = ?

N = Población

Z = Nivel de confianza (95% 1,96)▼

E = Error permitido (5%)

p = Probabilidad de ocurrencia del evento (50%)

q = Probabilidad de no ocurrencia (50%)

Cálculo de la muestra

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,50) (0,50) (636)}{(0,050)^2 (635) + (1,96)^2 (0,50) (0,50)} \quad n = 240 \text{ (valor redondeado).}$$

Resultados y discusión

Estadística Inferencial

		Correlaciones	
		Cultura evaluativa (agrupado)	Servicio educativo (agrupado)
Rho de Spearman	Cultura evaluativa (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,565**
		N	,000
			50
	Servicio educativo (agrupado)	Coeficiente de correlación	,565**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	,000
			50

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

Cuadro 1: Correlación entre Cultura evaluativa y Servicio educativo (agrupado)

Se realizó un análisis de correlación utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman para evaluar la relación entre la Cultura evaluativa y el Servicio educativo en los estudiantes. Los resultados muestran una correlación positiva significativa entre estas dos variables (coeficiente de correlación = 0.565, $p < 0.01$). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y tenemos a la hipótesis general que plantea que la Cultura evaluativa se relaciona de manera directa y significativa con la calidad del Servicio educativo.

Correlaciones				
			Cultura evaluativa (agrupado)	comunicación organizacional
Rho de Spearman	Cultura evaluativa (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,241
		Sig. (bilateral)	.	,092
		N	50	50
	comunicación organizacional	Coeficiente de correlación	,241	1,000
		Sig. (bilateral)	,092	.
		N	50	50

Cuadro 2: Correlación entre Cultura evaluativa y Comunicación organizacional

En este cuadro, se analizó la correlación entre la Cultura evaluativa y la Comunicación organizacional utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman. Los resultados muestran una correlación positiva, aunque no significativa, entre estas dos variables (coeficiente de correlación = 0.241, $p > 0.05$). Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula y no se encuentra evidencia suficiente para respaldar la hipótesis específica que plantea una relación directa y significativa entre la Cultura evaluativa y la calidad de la Comunicación organizacional.

Correlaciones				
			Cultura evaluativa (agrupado)	Satisfacción Educativa
Rho de Spearman	Cultura evaluativa (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,346*
		Sig. (bilateral)	.	,014
		N	50	50

Satisfacción Educativa	Coefficiente de correlación	,346*	1,000
	Sig. (bilateral)	,014	.
	N	50	50

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Cuadro 3: Correlación entre Cultura evaluativa y Satisfacción Educativa

En este caso, se examinó la relación entre la Cultura evaluativa y la Satisfacción Educativa utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman. Los resultados muestran una correlación positiva significativa entre estas dos variables (coeficiente de correlación = 0.346, $p < 0.05$). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica que plantea una relación directa y significativa entre la Cultura evaluativa y la Satisfacción Educativa.

		Correlaciones	
		Cultura evaluativa (agrupado)	Marketing educativo
Rho de Spearman	Cultura evaluativa (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	50
	Marketing educativo	Coefficiente de correlación	,422**
		Sig. (bilateral)	,002
		N	50

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

Cuadro 4: Correlación entre Cultura evaluativa y Marketing educativo

En el último cuadro, se evaluó la correlación entre la Cultura evaluativa y el Marketing educativo utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman. Los resultados revelan una correlación positiva significativa entre estas dos variables (coeficiente de correlación = 0.422, $p < 0.01$). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica que plantea una relación directa y significativa entre la Cultura evaluativa y el Marketing educativo.

Discusión de Resultados

El fondo apoya la conclusión de que existe una relación directa y sustancial entre la cultura evaluativa y la calidad del servicio educativo. Barrios (2018) discute la relevancia de la administración educativa y su impacto en la calidad del sistema

educativo, destacando la necesidad de utilizar instrumentos como la evaluación para mejorar la educación. De acuerdo con la importancia de la evaluación en la gestión educativa y su asociación con la calidad del servicio, los hallazgos de este estudio son consistentes con los resultados de esta investigación. Aunque no hubo correlación entre cultura evaluativa y comunicación organizacional, es crucial señalar que Florez y Hoyos (2020) destacan la importancia de la evaluación como una práctica reflexiva y participativa en la universidad. Estos contextos enfatizan la relevancia de contemplar la comunicación y la evaluación como elementos esenciales para mejorar la calidad de la educación.

Sin embargo, los resultados de este estudio no proporcionaron evidencia suficiente para apoyar la existencia de una relación significativa entre las dos variables en el contexto estudiado. El fondo apoya la conclusión de que la cultura evaluativa y la satisfacción educativa comparten una relación directa y significativa. Así, Arce (2018) señala que cuanto mayor sea la calidad de servicios académicos, mayor será la satisfacción educativa de los estudiantes. Asimismo, Mendoza (2019) coincide en que existe una relación directa y significativa entre la cultura evaluativa con la satisfacción percibida por los usuarios educativos. Destaca en ella la importancia de la evaluación institucional como estrategia de mejora de la calidad, por otro lado, de encauzar el programa de estudios, la idoneidad de los docentes, el soporte académico, entre otros, al logro de la satisfacción del usuario.

Estos contextos apoyan la noción de que una cultura de evaluación robusta puede contribuir a la realización de los estudiantes. El fondo respalda la conclusión de que la cultura evaluativa y el marketing educativo comparten una relación directa y significativa. El aseguramiento interno de la calidad es imprescindible para construir y desarrollar, así como generar una cultura de participación en el que todos los actores educativos son los principales protagonistas e impulsores del mejoramiento de la gestión (Valenzuela y Barrios, 2022). En esa misma línea de ideas, Montenegro (2020) asevera que la calidad universitaria radica en contar con docentes calificados en las dimensiones temática, metodológica, científica y ética. En consecuencia, una sólida cultura de evaluación puede afectar a las percepciones de los estudiantes de calidad y satisfacción, que está relacionada con el marketing educativo. Estos contextos dan credibilidad a la noción de que la promoción y el posicionamiento de una institución pueden ser influenciados por su cultura evaluativa.

Finalmente, el estudio de Carreño (2023) enfatiza que es posible comercializar los servicios educativos con estrategias de marketing que optimice la competitividad en otros escenarios. Ello refleja la relación que existe entre ambas variables en cuestión.

Estos hallazgos están en línea con los resultados obtenidos en el presente estudio, donde se encontró una relación directa y significativa entre la Cultura evaluativa y el Servicio educativo. La investigación de Mendoza (2020) examinó la relación entre la gestión del conocimiento y la cultura evaluativa y determinó que, en efecto, existe correlación significativa. Estos resultados son consistentes con los encontrados en este estudio, donde se demuestra una relación directa y significativa entre la Cultura evaluativa y la Satisfacción Educativa, lo cual es un indicador de la calidad educativa percibida. Asimismo, Yali (2018) examinó la incidencia e interrelación entre la cultura evaluativa del docente y el rendimiento académico de los estudiantes, concluyendo que, existe un grado de relación significativa. Estos hallazgos son relevantes para comprender cómo la gestión educativa impacta en el proceso de aprendizaje de los estudiantes.

En ese orden de ideas, Baños (2021) concluyó a partir de su investigación que existe correlación alta, directa y significativa entre la cultura de evaluación y la gestión del talento humano. Estos hallazgos son relevantes para comprender cómo la cultura evaluativa puede impactar en la gestión del talento humano y esto, a su vez, repercute en la satisfacción de los estudiantes. lo que respalda la necesidad de una gestión efectiva para garantizar la calidad educativa. Esta similitud se alinea con los hallazgos del cuadro que muestra la relación entre la cultura evaluativa y el servicio educativo, donde se encontró una correlación positiva y significativa entre ambas variables. Asimismo, es importante destacar que Mejía y Mejía (2021) en su estudio sobre evaluación y calidad educativa, concluye que esta representa un constructo en el que confluyen factores asociados diversos, al mismo tiempo que repercute en diversos ámbitos. En ella, evidentemente, es menester destacar la preponderancia de la evaluación como herramienta, sin que ello represente la panacea a la realidad educativa que nos refleja el siglo XXI a nivel de comunidades universitarias diversas.

Conclusiones

Se afirma que existe una relación directa y significativa entre la cultura evaluativa y la calidad del servicio educativo en los estudiantes de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Esto se evidencia por la correlación positiva significativa encontrada entre ambas variables. Por lo tanto, se respalda la hipótesis específica planteada en el estudio.

Se concluye que no se encontró evidencia suficiente para respaldar la hipótesis específica que plantea una relación directa y significativa entre la Cultura evaluativa y la calidad de la Comunicación organizacional. A pesar de la correlación positiva

encontrada entre ambas variables, esta correlación no alcanzó significancia estadística. Por lo tanto, no se puede concluir que exista una relación significativa entre estas variables en el contexto estudiado.

Se señala que existe una relación directa y significativa entre la cultura evaluativa y la satisfacción educativa en los estudiantes de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Esto se sustenta en la correlación positiva significativa encontrada entre ambas variables. Por lo tanto, se respalda la hipótesis específica planteada en el estudio.

Se concluye que existe una relación directa y significativa entre la cultura evaluativa y el marketing educativo en los estudiantes de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Esto se basa en la correlación positiva significativa encontrada entre ambas variables. Por lo tanto, se respalda la hipótesis específica planteada en el estudio.

Referencias bibliográficas

Antón y García (2019). *Comunicación interna en organizaciones agrarias administradoras de agua, Perú*. Revista Venezolana de Gerencia, vol. 2, 2019. Universidad del Zulia, Venezuela. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063446031>

Arce, A. (2018). *Relación entre la calidad de servicios académicos y la satisfacción en los estudiantes de la Universidad Peruana Unión filial Tarapoto*. Universidad Peruana Unión. [Tesis de maestría]

Álvarez, R. y Vernazza, E. (2017). *Satisfacción estudiantil: análisis desde una perspectiva multivariante*. Documentos de Trabajo-Serie DT IESTA, 17(03). Universidad de la República de Uruguay.

Baños, E. (2021). *Cultura Evaluativa y Gestión del Talento Humano en los Docentes de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Universidad Enrique Guzmán y Valle. Lima [Tesis de Maestría]

Barrios, C. (2018). *Gestión educativa basada en un sistema de calidad en instituciones de educación universitaria*. Revista Docencia Universitaria, 19(1), 53–73. <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistadocencia/article/view/7847>

Carreño, J. (2023). *Marketing para la comercialización de servicios educativos. Un reto para la competitividad internacional*. Revista Cubana de Salud Pública, 49(1), e3739. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662023000100002&lng=es&tlng=es.

Chiavenato, I. (2009). *Introducción a la teoría general de la administración*.

McGraw Hill

Correa (2018). *La evaluación del aprendizaje en el sistema educativo colombiano*. Vol. 1 Núm. 1 (2018): Septiembre/Diciembre.

DOI: <https://doi.org/10.53485/rsu.v1i1.1>

Freire, P. (1985) *Pedagogía del Oprimido*. Siglo XXI editores. Buenos Aires.

Jiménez (s. f.). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM

González, M., Pino, M y Penado et al. (2017). *Estudio de la satisfacción percibida por los estudiantes de la UNED con su vida universitaria*. RIED: Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 20(1), 243-260. <http://e-spacio.uned.es/fez/view/bibliuned:revistaRied>

González, M., Pino, M. y Penado, M. (2017). *Estudio de la satisfacción percibida por los estudiantes de la UNED con su vida universitaria*. RIED: Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 20(1), 243-260. <http://e-spacio.uned.es/fez/view/bibliuned:revistaRied-2017-20-1-5060>.

Espinoza, E., León, J. & Ramírez, J. (2021). *La evaluación por competencias*. *Universidad Y Sociedad*, 13(S3), 612-628. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2529>

Florez y Hoyos (2020). *Una mirada cualitativa sobre la autoevaluación institucional desde la praxis universitaria*. *Revista Científica*, 37(1), 78-89. Doi: <https://doi.org/10.14483/23448350.13645>

Ley, N, & Espinoza, E. (2021). *Características de la evaluación educativa en el proceso de aprendizaje*. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(6), 363-370. Epub 10 de diciembre de 2021. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000600363&lng=es&tlng=es.

Manes, F. (2015). *¿Qué le hace la música a nuestro cerebro?* El País.

Mejía, D. y Mejía, E. (2021). *Evaluación y calidad educativa: Avances, limitaciones y retos actuales*. *Revista Electrónica Educare*, vol. 25, núm. 3, pp. 702-715, 2021. Universidad Nacional. CIDE. DOI: <https://doi.org/10.7440/res64.2018.03>

Mendoza, M. (2019). *Cultura evaluativa y satisfacción percibida en los estudiantes de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. [Tesis de Maestría]

Montserrat, N., Gómez, D. y Céspedes, S. (2023). *Satisfacción de los servicios educativos en una IES desde el enfoque de los estudiantes durante la pandemia Covid-19 2022 1*. Revista Nova Rúa. Vol. 14 Núm. 25 (2022).

DOI: <https://doi.org/10.20983/novarua.2022.25>

<https://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/NovaRua/article/view/5310>

Morales. O., Valverde, Y y Valverde, O. (2016). *Evaluación y prácticas evaluativas*. UNIMAR, 87-94.

Palominos, P., Quezada, L., Osorio, C., Torres, J. y Lippi, L. (2016). *Calidad de los servicios educativos según los estudiantes de una universidad pública en Chile*. Revista Iberoamericana de Educación Superior, VII (18), 130-142.

Patrón, R. (2021). *Calidad y satisfacción de los servicios escolares de una institución de educación superior mexicana: la visión de los estudiantes*. RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo, 11(22). DOI: <https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.870>.

Sánchez, J. (2018). *Satisfacción estudiantil en educación superior: validez de su medición*. Santa Martha: Universidad Sergio Arboleda.

Valenzuela, L. ., & Barrios, C. . (2022). *Aseguramiento de la Calidad en la Educación Superior, un debate que sigue pendiente*. LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades, 3(2), 1220–1231. <https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.179>

Valenzuela, Ramírez y Alfaro (2011). *Cultura de evaluación en instituciones educativas: Comprensión de indicadores, competencias y valores subyacentes*. Perfiles educativos, 33(131),42-63.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982011000100004&lng=es&tlng=es.

Ventura, J., Arancibia, M. y Madrid, E. (2017). *La importancia de reportar la validez y confiabilidad en los instrumentos de medición: Comentarios a Arancibia et al*. Revista médica de Chile, 145 (7), 955-956. <https://dx.doi.org/10.4067/s0034-98872017000700955>

Zapata, E. (2012). *Mercadeo Educativo. Estrategias para promover instituciones y programas*. Bogotá: Hipertexto SAS.