

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Profesional De Administración



Una Institución Adventista

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración y Negocios
Internacionales

**Factores de calidad de servicio que inciden en la satisfacción de
los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Salud de una
Universidad de Lima Este**

Presentado por

Greysi Yadira Cruz Sosa

Asesor

Mg. Julio Gerson Rengifo Mansilla

Lima, junio 2021

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DE TESIS

Mg. Julio Gerson Rengifo Mansilla de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: “FACTORES DE CALIDAD DE SERVICIO QUE INCIDEN EN LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD DE UNA UNIVERSIDAD DE LIMA ESTE” constituye la memoria que presenta la Bachiller Greysi Yadira Cruz Sosa para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 14 días del mes de junio del año 2021.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned above the name of the author.

Mg. Julio Gerson Rengifo Mansilla

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 03 días del mes de junio del año 2021 siendo las 15:00 horas., se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor Presidente del Jurado: Mtra. Danny Lita Alomía Lozano el secretario: Dra. Karina Elizabeth Paredes Abanto y como miembros: Lic. Luis Alberto Geraldo Campos, Mtro. David Junior Elías Aguilar Panduro y el asesor Mg. Julio Gerson Rengifo Mansilla, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de Tesis titulada: “Factores de calidad de servicio que inciden en la satisfacción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Salud de una Universidad de Lima Este” de la Bachiller:

1. Greysi Yadira Cruz Sosa

Conducente a la obtención del Título profesional de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del Jurado a efectuar las preguntas, cuestionamientos y aclaraciones pertinentes, los cuales fueron absueltos por el candidato. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del Jurado.

Posteriormente, el Jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Greysi Yadira Cruz Sosa

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	17	B+	Muy bueno	Sobresaliente

Candidato (b):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del Jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final. Además, el Presidente del Jurado concluyó el acto académico de sustentación, procediéndose a registrar las firmas respectivas.



Presidente

Secretario

Asesor

Miembro

Miembro

Candidato/a (a)

Candidato/a (b)

AGRADECIMIENTOS

La elaboración de este proyecto ha sido un largo camino por recorrer, agradezco a Dios por darme las fuerzas suficientes para poder seguir adelante.

Agradezco a mi asesor y dictaminadores, que me ayudaron, guiaron y aconsejaron.

También a mi primera asesora la maestra Maritza Aranda, quien tuvo la amabilidad, y paciencia para instruirme en el inicio de este proceso.

Gracias a mis familiares, y cada uno de mis amigos que me apoyaron, y motivaron para lograr este proyecto.

DEDICATORIA

Cuando inicie mi proyecto deseaba que dos personas puedan verme cumplir mi meta. Vean mi graduación y hoy una de ellas no está. Pero sé que, desde el cielo, guía cada uno de mis pasos. Este proyecto se lo dedico a mi papá, quien en vida me ayudo, guio y oriento para lograr mis metas. Se la dedicó a mi mamá que, a pesar de las dificultades, está a mi lado, luchando día a día.

ÍNDICE GENERAL

Contenido

Dedicatoria i

AGRADECIMIENTOS	ii
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	x
ÍNDICE DE ECUACIONES	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xii
CAPÍTULO I	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1. Planteamiento del problema	13
1.2. Formulación del problema.....	17
1.2.1. Problema general	17
1.2.2. Problema específico	17
1.3. Objetivos de la investigación	18
1.3.1. Objetivos generales	18
1.3.2. Objetivos específicos	18
1.4. Justificación del estudio	19
1.4.1. Teórica	19
1.4.2. Académica	19
1.4.3. Institucional	19
1.4.4. Social	20
1.5. Viabilidad de la investigación.....	20
1.6. Limitaciones de la investigación	21
CAPITULO II	22
MARCO TEÓRICO	22
2.1. Fundamentos teóricos de la investigación	22
2.1.1. Antecedentes de la investigación	22

2.2.	Marco Histórico	24
2.2.1.	Calidad de servicio	24
2.2.1.1.	Importancia de la calidad de servicio	26
2.2.2.	Satisfacción del cliente	27
2.3.	Marco teórico	28
2.4.	Calidad del Servicio	28
2.4.1.	Definiciones	28
2.4.2.	Calidad de servicio universitario	30
2.4.2.1.	Modelos de Investigación de Calidad de Servicio	32
2.5.	Satisfacción del cliente	34
2.5.1.	Características	35
2.6.	Marco conceptual	36
CAPÍTULO III		39
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		39
3.1.	<i>Tipo de estudio</i>	39
3.2.	<i>Población</i>	40
3.2.1.	<i>Muestra:</i>	40
3.3.	<i>Consideraciones éticas</i>	41
3.4.	<i>Fórmula para determinar el nivel de satisfacción del cliente</i>	41
3.5.	<i>Criterios de inclusión y exclusión</i>	42
3.6.	<i>Variables del estudio</i>	42
3.7.	<i>Operacionalización de variables</i>	43
3.8.	<i>Hipótesis y variables</i>	46
3.8.1.	<i>Hipótesis general</i>	46
3.8.2.	<i>Hipótesis específica</i>	46
3.8.3.	<i>Población y técnicas de investigación</i>	46
3.8.3.1.	<i>Delimitación general:</i>	46

3.8.3.1.1.	Delimitación espacial:	47
3.8.3.1.2.	Delimitación temporal	47
3.8.4.	Instrumentos de recolección de datos.....	47
3.8.5.	Modelo SERVQUAL.....	48
3.8.6.	Modelo Kano – Satisfacción Del Cliente	50
3.8.7.	Escala de Medición LIKERT.....	52
3.8.7.1.	Construcción de la escala Likert.....	53
3.8.7.2.	Uso de los ítems de Likert:	54
3.8.7.3.	Niveles que debe haber en cada ÍTEM.....	54
3.8.7.4.	Cuestionario	55
CAPÍTULO IV	56
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	56
4.1.	Descripción de los datos sociodemográficos de los participantes	56
4.2.	Descripción de las variables	56
4.3.	Prueba de normalidad de las variables.....	58
4.4.	Análisis de correlación entre las variables de estudio	58
4.5.	Discusión	59
CAPÍTULO V	60
CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES	60
5.1.	Conclusión.....	60
5.2.	Recomendaciones	61
REFERENCIAS	62
ANEXOS	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Antecedentes de la calidad	24
Tabla 2. Definiciones de acuerdo a los términos ISO	29
Tabla 3. Evolución histórica del concepto Calidad	29
Tabla 4: Referencias teóricas y conceptuales de calidad en nivel universitario	31
Tabla 5. Lista de criterios de excelencia del EFQM.....	32
Tabla 6. Elementos que usa el cliente para evaluar un servicio	36
Tabla 7. Operacionalización de las variables:	44
Tabla 8. Ítems o declaraciones correspondientes a cada criterio	49
Tabla 9. Metodología para la construcción del instrumento de medida	49
Tabla 10. Datos sociodemográficos de los participantes:.....	56
Tabla 11. Niveles de Satisfacción de los estudiantes	57
Tabla 12. Niveles de Calidad del personal de la FCS.....	57
Tabla 13. Prueba de bondad de ajuste a la curva normal para las variables de estudio.....	58
Tabla 14. Coeficiente de correlación entre las variables de estudio	59

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Esquema de planteamiento general	43
Ilustración 2: Estructura del Método Kano	50
Ilustración 3: Secuencia para desarrollar una escala	54

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1: Fórmula para calcular la muestra	40
Ecuación 2: Formula de la presente investigación	41

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	67
ANEXO 2: FACTORES QUE INFLUYEN EN LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD	68
ANEXO 3: MATRIZ OPERACIONAL.....	71
ANEXO 4: MATRIZ DE CONSISTENCIA	74

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Cuando se habla de servicio al cliente, se cree que solo responde a cada pregunta hecha por el usuario, además de escuchar y anotar las quejas de la misma, en un área determinada para ella- (Tschohl, 2017)

Dada la coyuntura actual, sobre la calidad del servicio, y la clásica frase que identifica a muchos sectores, “el cliente siempre tiene la razón”, muchos directivos consideran que el servicio al cliente, como un “bono”, que es añadido con la finalidad de mostrar generosidad. Sin embargo, brindar un buen servicio al cliente es mucho más que decir un “tenga un buen día”, “muchas gracias”, “vuelva pronto”, etc. Sin embargo, la calidad no es solo una ventaja comparativa, para muchas empresas logra determinar la competitividad del negocio, además de ser hoy en día un gran parámetro utilizado por los clientes para juzgar a cualquier empresa. Ya que los clientes hoy en día buscan calidad en el servicio, soluciones rápidas y oportunas además de un trato inigualable.

En este sentido Álvarez Botello et al. (2014) sostienen que los estudiantes como clientes y/o usuarios de las universidades, serán quienes puedan evaluar la calidad de los servicios educativos, y administrativos, en la actualidad la actividad universitaria se conforma por un triángulo simbólico, cuyos lados son: investigación, docencia y extensión, así lo menciona

De la Fuente Mella, (2010) manifiesta que hoy en día la competitividad entre universidades ha ido en constante incremento, aumentando su plana docente y mejorando la calidad del servicio que ofrecen a los estudiantes, esta situación se ha ido manifestando en el transcurso de los años tanto en Europa como en América, teniendo como variables buena atención por parte del personal de servicios, actitudes y comportamientos del profesorado positivo hacia los alumnos, y obteniendo buena competencia del personal docente, tres factores que influyen en la satisfacción del estudiante. De la Fuente Mella et al., (2010)

Un problema recurrente y que es manifestado por Gonzales (2017), que uno de los grandes problemas de atención al cliente son las largas colas de espera, falta de personal (al tener que atender diferentes trámites), especialmente en el proceso matrícula de cada semestre de estudios.

Siendo así que en su investigación manifestó una recopilación de datos estadísticos, tales como: en Ecuador el 95% de la población de la Universidad Cristiana Latinoamericana están de acuerdo que la formación recae en la calidad de servicio. Así mismo el 88% del personal administrativo manifiesta que no cuenta con la suficiente experiencia y capacitación para la atención a los estudiantes, y el 100% de ellos indican que, con capacitaciones continuas, obtendrían un mejor resultado de calidad de servicio hacia los alumnos.

Es así como Israel Galviz, (2011) plantea que el problema de describir la calidad no es no saber en qué consiste, sino en lo que creen conocer, y exigiendo algo que creen merecer. Existen cuatro confusiones o suposiciones erróneas sobre la calidad; la primera es creer que esta significa y simboliza el lujo, la segunda es considerar el cumplimiento de ciertas funciones, la tercera es considerar a la calidad como el resultado del cumplimiento de los controles de producción y como última confusión es considerar la calidad como la coordinación por parte de la organización. En dicha investigación la cual fue basada en Venezuela se indica que muchos creen entender la calidad de servicio, a su vez se piensa que para disfrutarla solo se necesita seguir las indicaciones básicas, todo ello genera un gran inconveniente para las gerencias ya que ellos muestran calidad de forma proporcional.

García Tello, (2014), indica que la situación en el Perú con respecto a la calidad de servicio en su gran mayoría está llena de experiencias negativas, y la minoría son positivas.

Debido a ello podemos entender y determinar que es un tema que tiene diversos puntos negativos como en América Latina, en el caso del Perú el objetivo es darle un gran cambio a este panorama, difundiendo los casos positivos y de éxito, como por ejemplo la Gastronomía Peruana, ya que estos también generarían gran valor y crecimiento para los negocios peruanos, y así se extienden las diversas situaciones a nivel mundial.

Por su parte Pecina et al., (2015) de acuerdo a su investigación realizada en México y aplicada en estudiantes de enfermedad se determinó que el 37.9% de los estudiantes estuvieron de acuerdo con la calidad educacional, y 10.5% totalmente de acuerdo académica, y el 35.3% fue neutral, y el 12.3% restante estuvo en desacuerdo con ambos servicio. Así mismo, 41.5% estaban satisfechos con los servicios académicos, y el 9.0% totalmente satisfechos, el 29.5% manifestaron indiferencia y el 15.8% restante manifestaron insatisfacción.

Asimismo, Cadena, Mejías, Vega, Vásquez, (2016) encontraron que existe relación entre la enseñanza, organización académica, vida universitaria, infraestructura y servicios universitarios con la satisfacción de los estudiantes.

El investigador Olaya, (2017) en su trabajo que realizo sobre la validación de instrumentos, concluye que hoy en día los clientes relacionan de manera automática al personal con la organización, entendiéndolo que son uno solo es por ello que dependiendo del nivel de atención que reciban; ya sea este: excelente o totalmente deficiente lo asocian automáticamente con la organización catalogándola como excelente o deficiente. En muchos casos el problema radica en que el personal no conoce las necesidades y en el modo preciso en que deben atenderlas, creando así una deficiente calidad de servicio en las organizaciones peruanas.

Por su parte el investigador Franco (2017) en su trabajo de investigación demuestra que la mayoría de estudiantes de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional del Centro del Perú se encontraron satisfechos ante el servicio obtenido, en las dimensiones de enseñanza, aprendizaje, investigación, proyección social y extensión universitaria.

En un artículo publicado por Gestión (2019) se entrevistó al superintendente de la Sunedu (Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria) Martín Benavides, quien manifestó "Son condiciones esenciales para el servicio universitario" esto ante los 8 puntos exigidos por esta entidad reguladora sobre el otorgamiento de la licencia de funcionamiento a las universidades, para lo cual dichas instituciones deben contar con objetivos académicos, grados y títulos, además de planes de estudio, oferta educativa que

debe ser compatible a los instrumentos de planeación, infraestructura y equipamientos adecuados. Muy adicional a ello debe contar con líneas de investigación y disponibilidad del personal docente el cual debe estar calificado, la institución además debe contar con servicios de educación complementario básico, programas de inserción laboral y mostrar una gestión universitaria transparente.

Así mismo, dicho artículo resalta una encuesta en jóvenes de 18 a 24 años los cuales manifestaron su apoyo ante la labor de Sunedu, dicha encuesta fue publicada en septiembre de ese mismo año por la empresa de Ipsos, la cual cifra un 69% ante la complicidad de la continuidad de estudios de muchos jóvenes, esto ante el cierre de diversas universidades que no cumplen con los requisitos de lineamiento que solicita la entidad de Sunedu.

En un comparativo entre Latinoamérica sobre la educación superior y técnica, la exviceministra de Educación de Chile Valentina Quiroga manifestó que “mientras en Chile se ha llegado a un rango de elecciones por los estudiantes de casi 50% en universidades y 50% en instituciones tecnológicas entre ambas, en Perú hay una gran diferencia entre el millón 700,000 estudiantes universitarios frente a los 300,000 o 400,000 matriculados en institutos”, así lo expreso ante la Agencia Peruana de Noticias (2019)

Sin embargo, Agencia Peruana de Noticias (2020) manifestó que para el 14 de marzo de 2020 hay 93 universidades licenciadas, entre las cuales hay 46 públicas y 47 privadas, en las que destaca la Universidad Peruana Unión, casa de estudios en las que se aplica la presente investigación. Además, 45 universidades se les ha denegado, entre las que figuran 44 privadas y 1 pública.

De esta forma notamos que, existe una preocupación a nivel del Estado para orientar la mejora de la calidad del servicio educativo a nivel de las universidades, en el que, por las cifras mostradas, aún no alcanza a la mayoría de universidades. Uno de los factores que ponen de manifiesto la calidad, es la satisfacción del cliente por la atención en los procesos desarrollados en las universidades, debido a que son deficientes muchos clientes relacionan el mal servicio con el sitio brindado, más no por la persona que los atendió, el

cual es un concepto muy lógico y entendible, sin embargo, genera diversos inconvenientes ya que los alumnos podrían considerar a las universidades lucrativas.

Quispe, (2019), llevó a cabo una investigación en 243 alumnos en la Modalidad Semipresencial donde se logró definir, que si bien el servicio brindado por las diferentes escuelas en las facultades, es muy variable, si bien es cierto las escuelas tienen diversas actividades similares, la cantidad de alumnos es muy distinta por lo tanto los requerimientos de exigencia para un mejor servicio de calidad es muy variante,

logrando así tener una variabilidad en los factores que son considerados como mejor servicio de calidad, esta afirmación coincide con la investigación realizada por Valdéz, (2020), quien realizo una investigación en la Universidad Nacional de Quillabamba, el cuál se aplicó a 53 estudiantes determinando que existe una relación entre la calidad del servicio del personal administrativo y los estudiantes.

Finalmente, el otro problema encontrado en las diversas escuelas es que mientras más cantidad de alumnos, es difícil poder satisfacer las necesidades de todos, así mismo saber diferenciar que factores consideran más los alumnos, nos permite saber cuáles son los puntos de mayor consideración y eficacia de cada escuela con respecto al servicio brindado, así lo manifestó (López, 2019)

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general.

¿Cuáles son los factores de calidad de servicio que influyen en la satisfacción del estudiante de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este?

1.2.2. Problema específico.

- a) ¿Cuál es la relación entre la tangibilidad de la calidad del servicio y satisfacción del estudiante de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este?
- b) ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta de la calidad del servicio y satisfacción del estudiante de la Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este?

- c) ¿Cuál es la relación entre la fiabilidad de la calidad de servicio y satisfacción del estudiante de la Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este?
- d) ¿Cuál es la relación entre empatía del personal y satisfacción estudiante de la Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este?
- e) ¿Cuál es la relación entre la seguridad de la calidad del servicio y satisfacción estudiante de la Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivos generales.

Determinar los factores de calidad de servicio que influyen en la satisfacción del estudiante de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.

1.3.2. Objetivos específicos.

- a) Determinar la relación de calidad del servicio y satisfacción del estudiante de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.
- b) Determinar la relación de satisfacción del estudiante de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.
- c) Determinar la relación entre la tangibilidad de la calidad del servicio y satisfacción del estudiante de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.
- d) Determinar la relación entre la fiabilidad de la calidad de servicio y satisfacción del estudiante de la Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.
- e) Determinar la relación entre la capacidad de respuesta de la calidad del servicio y satisfacción del estudiante de la Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.
- f) Determinar la relación entre la seguridad de la calidad del servicio y satisfacción del estudiante de la Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.
- g) Determinar la relación entre empatía del personal y satisfacción del estudiante de la Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.

1.4. Justificación del estudio

1.4.1. Teórica.

El investigador ha decidido elegir este proyecto tomando en cuenta que en la actualidad existe muchas especificaciones y requerimientos de buen servicio por parte de las entidades educativas, siendo así que en Perú se realiza un licenciamiento para ver si las universidades cumplen con las normas de acuerdo al reglamento que rige la educación. Con la finalidad de poder brindar un mejor servicio a los estudiantes, siendo se ha escogido este tema de investigación, para poder determinar que tan satisfechos se encuentran los estudiantes con respecto al servicio brindado por parte del personal de la Facultad de Ciencias de la Salud.

El presente estudio busca ampliar los conocimientos y la información sobre la calidad del servicio en relación a la satisfacción del estudiante, permitiéndole al área administrativa y organizacional conocer nuevas ideas para mejorar su sistema de calidad de servicio, ofreciéndoles valor a los clientes que asisten a Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.

Así mismo se pretende elaborar un proceso de mejora continua, que se deberá llevar a cabo para mejorar la satisfacción y la capacidad de respuesta. Logrando así tener un mejor posicionamiento y ser mucho más competitivo en el mercado. Tomando en cuenta todo ello, se realizará un marco teórico adecuado, para lo cual se realizará una revisión bibliográfica exhaustiva que intensifique las variables de estudio.

1.4.2. Académica.

La bibliografía y la información que se obtenga a través de esta investigación, será orientada para desarrollar las áreas de: Marketing, Fundamentos del Marketing, Desarrollo organizacional, los cuáles se dictan tanto para la carrera de Administración y Negocios Internacionales como para la Carrera de Contabilidad y Gestión Tributaria en la Universidad Peruana Unión.

1.4.3. Institucional.

Los resultados de la presente investigación serán puestos a disposición del decano de la Facultad de Ciencias de la Salud, con la finalidad de implementar algún plan de mejora continua, la cual pueda estar implementada con diversas capacitaciones por especialistas, con la finalidad de mejorar la satisfacción de sus alumnos, y así poder brindar un mejor proceso de atención hacia los alumnos.

1.4.4. Social.

La investigación en la actualidad debe de brindar los conocimientos necesarios para las futuras generaciones, por eso es necesario que los estudiantes que sientan la motivación por investigar los temas de la satisfacción del cliente logren encontrar una base teórica para sus inicios, la presente investigación es esa base que busca ser un aporte para las futuras investigaciones

1.5. Viabilidad de la investigación

La presente investigación es viable dado que la calidad de servicio es uno de los factores más importantes que se brinda en los servicios de cada empresa u organización, siendo este un factor que demuestra la capacidad de respuesta que se tiene hacia los clientes.

Asimismo, este proyecto de investigación es viable porque se busca presentar una propuesta de mejora y de interés para el decano de la Facultad de Ciencias de la Salud con relación a los procesos de servicio que brindan las escuelas que conforman dicha facultad; Nutrición, Medicina, Enfermería y Psicología, de forma que se implementen estrategias de mejora continua, ya que la calidad es un hábito que se desarrolla a través de la práctica constante por parte de los miembros de la organización.

A su vez, la presente investigación es viable ya que busca beneficiar a los clientes, al recibir un mejor servicio, con mejores procesos, más rápidos y eficaces dando como resultado alumnos más satisfechos.

Los recursos económicos para el desarrollo de la investigación serán aportados por la investigadora a cargo. Así mismo se cuenta con temas y material de estudio de calidad

de servicio y satisfacción del cliente. Además de contar con un ambiente de trabajo adecuado para realizar la presente investigación

1.6. Limitaciones de la investigación

Las limitaciones que se podrían llegar a encontrar en este proceso de la presente investigación son:

- Usuarios que no tienen expectativas específicas.
- No llegar a completar la cantidad mínima de encuestas requeridas para dicha investigación.
- Poca disposición por parte de los empleados para distribuir las encuestas a los estudiantes.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentos teóricos de la investigación

2.1.1. Antecedentes de la investigación

Guerrero (2015) realizó una investigación aplicada en la Universidad Politécnica de Valencia ubicada en España, y tuvo como objetivo principal desarrollar un modelo teórico de análisis de la satisfacción en cursos online dirigidos a trabajadores, para ello usaron el Modelo Kano. Dicha investigación se determinó los factores que influyen en la satisfacción de los estudiantes de los cursos de formación online son aplicados en el curso de la actividad profesional, calidad material del curso, adecuación del método de enseñanza a la materia, desarrollo adecuado de los contenidos, organización del curso, adaptación del curso al ritmo de aprendizaje de los alumnos, conocimiento del tutor sobre la materia y la eficacia del sistema de autoevaluación; y factores de calidad atractiva; tales como rapidez de respuesta del tutor, eficacia del tutor en la resolución de dudas y rapidez en solucionar los problemas técnicos.

Eyzaguirre (2016) en su investigación aplicada en la Universidad Privada de Tacna en el año 2015, tuvo como objetivo buscar la correspondencia entre la expectativa y la satisfacción estudiantil por el servicio académico que brinda dicha universidad, teniendo como base la relación establecida entre las variables y componentes de la variable expectativa al inicio del año en el nivel de satisfacción que presentaron los estudiantes al finalizar el año académico en el año 2015, dando como conclusión que casi la mitad de los estudiantes tienen una expectativa moderada frente al servicio académico y un comportamiento similar en cuanto a la satisfacción. La satisfacción ha superado a la expectativa de los estudiantes en casi 10 puntos porcentuales.

Por su parte, Pinedo (2017) en su investigación aplicada en el Centro Técnico Productiva – CETPRO – Daniel Villar de Caraz, la cual tenía como objetivo; “Determinar el grado de relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del estudiante dentro de la aplicación de los buenos prácticos del sistema de formación profesional”. Para ello aplicó

una encuesta en 74 estudiantes. teniendo como resultados, que el nivel medio es el que predomina en la calidad de servicio, seguido del nivel bajo y por último del nivel alto. Así mismo, se concluyó que existe el grado de relación de la variable calidad de servicio y satisfacción del estudiante, según la correlación de Pearson en las tablas invariadas, se logró encontrar que toma el valor de 0,708, lo cual nos indica que la fuerza de asociación entre ambas variables es buena.

Sin embargo, Cerna (2017) realizó una investigación la cual tenía como objetivo medir la relación entre el nivel de satisfacción y calidad de servicio en 487 alumnos de la Carrera Profesional de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Este. Los resultados fueron que el P valor (0,000) es menor que 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que Sí existe relación entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los estudiantes. También se determinó que existe relación entre Calidad Académica y la satisfacción de los estudiantes. Los resultados nos arrojan que existe un coeficiente de correlación de 0,585 que es moderada además tenemos que el sig. Bilateral = 0,000 que es menor 0.05.

Por su parte Gutierrez (2018) realizó una investigación la cual tuvo como objetivo analizar y comparar el nivel de satisfacción con servicio en estudiantes de tres carreras técnicas de dicho instituto. Para ello se muestreo a 90 estudiantes entre las carreras de Gestión en la Construcción, Producción de Confecciones, y Administración de Hoteles y Restaurantes. El resultado de la investigación mostro que los alumnos se encuentran poco satisfechos con el servicio brindado. Sin embargo, existen diferencias significativas entre las carreras en mención, ya que los estudiantes de la carrera de Gestión en la Construcción se encuentran más satisfechos con el servicio recibido en comparación con los estudiantes de las otras dos carreras, esto en las seis dimensiones de la Escala de Satisfacción de Servicios (instrumento usado para la investigación). Además de ello se obtuvo resultados de satisfacción según perfil del estudiante demostrando que, los estudiantes del primer año se encuentran más satisfechos que los estudiantes del segundo año. Por ende, los resultados indican que el nivel de satisfacción, con servicios se explica con mayor precisión, por la

implementación de mejoras de servicios, mucho más que por las variables relacionadas al perfil de cada estudiante.

2.2. Marco Histórico

2.2.1. Calidad de servicio

Este concepto ha pasado a través de muchos cambios, para lograr llegar a convertirse en la referencia que es hoy en día, es por ello que a continuación se muestra un breve resumen de la historia de esta variable.

Tabla 1. Antecedentes de la calidad

Fecha	Autor	Antecedente Histórico
3 de agosto de 1664	Colbert	"Redactó un informe para el Rey Luis XIV en el que expone: "Si nuestras fábricas aseguran, por un trabajo cuidadoso, la calidad de nuestros productos, los extranjeros estarán interesados en aprovisionarse aquí, y fluirá el dinero al reino" "
Siglo XX	Frederick W. Taylor	producción destacada en el campo administrativo
	Henry Fayol	Pública una obra basada en su experiencia dirigiendo una empresa, la cual fue de gran influencia sobre la industria francesas por más de 20 años.
1931	W. A. Shewhart (matemático)	Introduce la estadística como una forma de gestión de la calidad, sus resultados fueron publicados en el año mencionado.

1945	Dr. Feigenbaum	<p>Publicó un artículo titulado "La calidad como gestión", describiendo resultados de las experiencias de desarrollo de la calidad en la General Electric, y su primera aplicación del Total Quality Control (TQC), en 1951 salió su libro sobre el TQC en Estados Unidos y en 1961 en Europa</p>
1948	Unión de Científicos e Ingenieros Japoneses	<p>Se forma el "Grupo de Investigación del Control de Calidad" por parte de la JUSE (Unión de Científicos e Ingenieros Japoneses), el cual estaba conformado principalmente por profesores de ingeniería y estadística, provenientes de empresas privadas.</p>
1950	-	<p>Se empieza a publicar la "Statistical Quality control", y "Standardization and Quality Control", revistas difusoras por todo el país las técnicas del control de calidad.</p>
1966	Philip B. Crosby	<p>Desarrolla la experiencia de responsabilizar al colaborador sobre la calidad de las tareas asignadas, de forma que se logren, eliminar los diferentes controles e intentar lograr la toma de consciencia en los operarios, bajo el concepto de "hacerlo todo bien a</p>

la primera", esto dio grandes y exitosos resultados.

Década de los
80

-

A principios de esta década existían aproximadamente unos 80,000 Círculos sobre Calidad en Japón, y se estimaba que 8 millones de trabajadores formaban parte de ello.

Fuente: Prieto, (2018)

2.2.1.1. Importancia de la calidad de servicio

Mejías, Texeira, Rodríguez & Arzola (2010), manifiesta que la palabra calidad debe estar basada en satisfacer necesidades y expectativas. Así mismo: recalca que es de suma importancia para el éxito de cualquier institución, y esto se debe a que un elevado nivel de calidad de servicio facilita a las empresas considerables beneficios en cuanto a rendimiento, reducción de costos, estimulación del personal, discordancia respecto a competencia, y confianza”

A su vez, Solórzano & Aceves, (2013) , recalca que el mejoramiento continuo de la calidad del servicio, ha ido tomando bastante acogida para las empresas, haciendo que éstas se diferencien entre sí, asimismo este busca ser perfeccionado y adecuado a las necesidades de los y expectativas de cada tipo de cliente, ya que estos son cada vez más exigentes, buscando un ambiente agradable, comodidad, y principalmente buscan un trato personalizado, rápido y eficiente.

Esto va de acuerdo con la investigación de Pecina et al. (2015), quienes argumentan que la calidad es un enfoque administrativo, el cual tiene como finalidad mejorar la calidad y el desempeño, de tal manera que se logre adecuar o incluso superar las expectativas de los clientes, (en este caso de los estudiante), para ello debe integrar todas las funciones y

procesos que se relacionen de una forma u otra con la calidad. En el ámbito educativo esto es determinante ya que se vincula con el cumplimiento de todas aquellas demandas de las etapas administrativas para lograr los fines de la empresa (universidad, instituto, etc.) dando como resultado la excelencia del servicio.

2.2.2. Satisfacción del cliente

Denove & James, (2006) después de una recopilación exhaustiva de diversas definiciones de autores, llegaron a la conclusión de: que existen un vínculo entre la satisfacción del cliente y los beneficios económicos, asimismo la satisfacción es el resultado de la comprensión del cliente por parte de la empresa u organización.

Es importante realizar una evaluación sobre la satisfacción del estudiante ya que esta es la respuesta a un conjunto de experiencias vividas, durante su etapa estudiantil, además está se conforma de lo experimentado dentro y fuera del aula, a este proceso se le puede denominar multidimensional ya que hay varias dimensiones por analizar, así lo establece

La OECD. Organisation for Economic Cooperation and Development (2017) manifiesta que, de acuerdo a los datos de PISA en el 2015, las entidades educativas son lugares seguros para los alumnos, en ellos adquieren habilidades, mantienen un entorno social y pueden desarrollar competencias sociales y emocionales para salir adelante. Además de ello se manifiesta que los alumnos son diferentes a nivel internacional como nacional, por lo que su satisfacción es variable pero vital, sin embargo, entre ellos está la motivación hacia el logro como factor en común, las experiencias sociales, académicas, y el desempeño de los docentes.

En lo que concuerda investigaciones más recientes tales como la de Dominguez & Campos (2017) quien establece que la satisfacción por parte del estudiante también abarca el bienestar psicológico, e involucra el disfrute durante toda su vivencia estudiantil, el cual está íntimamente ligado a la permanencia y egreso de los estudiantes y su éxito académico. Y ante ello Baños (2017) recalca que la vivencia estudiantil está influenciada directamente por el rol del docente, ante las oportunidades que le brinda la carrera elegida, la

infraestructura del establecimiento y el prestigio (ante lo que interviene el licenciamiento de parte de las instituciones correspondientes, antes ya mencionado). Además de que se le relacionan las competencias docentes, ante ello sobresalen la calidad e individualización de la enseñanza.

Ante ello el autor Sánchez (2019) manifiesta su conformidad y recalca que todo servicio ofrecido por una entidad educativa es dirigido a suplir necesidades estudiantiles, las cuales deben garantizar una educación de calidad y una integración exitosa al mercado laboral. Es por ello que la satisfacción estudiantil sobre el cumplimiento de la misión y visión en las áreas académicas y administrativas toma gran importancia para las universidades e instituciones al evaluar los servicios que ofrecen.

2.3. Marco teórico

Este capítulo desarrolla el Marco Teórico de la investigación a realizar, el cual tiene como objetivo tener una base de investigaciones relacionadas con el tema a tratarse, así mismo conceptos generales e información que sirva como guía para el lector, proporcionando a su vez un marco de referencia que ayudará a comprender mejor los resultados de la presente investigación.

De acuerdo a College, President and Fellows of Harvard (1994), podemos determinar que según el enfoque que posee este modelo de investigación, el cual busca entablar una cadena de beneficios del servicio con la finalidad de establecer relaciones entre la rentabilidad, la lealtad del cliente y la satisfacción, la lealtad y la productividad del empleado.

Los eslabones de la cadena son los siguientes: el beneficio y el crecimiento se estimulan principalmente por la lealtad del cliente, la satisfacción depende en gran medida del valor de los servicios prestados a los clientes el valor es creado por empleados satisfechos, leales y productivos, todo esto a su vez proviene principalmente de un servicio de apoyo de alta calidad y políticas que permiten a los empleados entregar resultados a los clientes.

2.4. Calidad del Servicio

2.4.1. Definiciones

Esta no se relaciona con los costos, o con algunas características que pueda poseer este servicio, sino que se basa en el comportamiento del servicio y a la ausencia de caracteres que son necesarias para poder satisfacer al cliente.

Para poder entender mejor que es calidad, podemos comenzar con algunas definiciones que fueron realizadas por algunos filósofos, los cuales fueron mencionados por Hoyer, 2001 citado en (Torres & Vásque, 2015)

Los filósofos Philip B. Crosby, W. Edwards Deming, Armand V. Feigenbaum, Kaoru Ishikawa, Joseph M. Juran, Robert M. Pirsig, Walter A. Shewhart y Genishi Tagushi, concuerdan que no existe una definición específica de calidad, ya que la importancia que se muestra es dependiendo de las contribuciones que se desee aportar.

Tabla 2. Definiciones de acuerdo a los términos ISO

Término ISO	Definición
Calidad	Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.
Requisito	Necesidad o expectativa establecida generalmente implícita u obligatoria. Esto significa que es habitual o una práctica común para la organización y sus clientes y otras interesadas.
Satisfacción del cliente	Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus grados en que se han cumplido sus requisitos.

Fuente: (Torres & Vásquez, 2015)

Con todo aquel proceso de evolución el investigador llegó a la conclusión de que calidad en primer lugar es la percepción del cliente, por lo cual está variará dependiendo de acuerdo al concepto que cada cliente tenga de ella. A su vez, se debe tener en cuenta que para que el cliente tenga cierta percepción de calidad, se debe considerar el criterio que utilizan las personas para poder definir y en que situación se encuentran para calificar la claidad del servicio o producto ofrecido.

Tabla 3. Evolución histórica del concepto Calidad

Fases	Definiciones
Fase 1	El único control de calidad son los consumidores, usuarios o clientes; el control de calidad se centra en la revisión y control de los productos terminados.
Fase 2	Se incorporan métodos estadísticos para controlar la calidad en las distintas fases intermedias de la producción / operación
Fase 3	Se incorpora el control de las materias primas y materiales utilizados en la producción / operación.
Fase 4	El concepto de control de calidad se amplía para incluir el estudio y análisis de los procesos y sistemas que se utilizan en la producción/operación
Fase 5	Se comienza a dar la debida importancia al factor humano en el proceso de "aseguramiento" de la calidad.
Fase 6	Los procesos de control de calidad comienzan a verse desde la óptica de los consumidores, usuarios y clientes.
Fase 7	Se llega a la convicción de que para lograr productos/servicios de calidad es necesario realizar diseños de calidad: la calidad está en el diseño.
Fase 8	Las empresas llegan al convencimiento de que no pueden realizar diseños de calidad si en la organización no existe una cultura empresarial orientada, con toda claridad, a la calidad.
Fase 9	Las empresas se percatan de que no sólo deben asegurarse de la calidad de sus productos/servicios en sí, sino que, además, deben garantizar la "calidad" del uso, consumo y posesión de los productos o servicios por parte de los consumidores, usuarios y clientes
Fase 10	Calidad total: la calidad sólo se logra cuando toda la empresa está decidida claramente orientada a la calidad.

Fuente: Torres & Vásquez, (2015)

2.4.2. Calidad de servicio universitario

Durante muchos años ha sido tema de investigación, y a logrado mejorar los procesos, y el resultado final que llega al cliente, esto basado en objetivos, y necesidades de los clientes.

En el caso de la calidad en las universidades se toman en cuenta la satisfacción de los

estudiantes, tanto del personal administrativo (procesos, trámites, documentación) y del personal docente (clases, talleres) ya que todo ello forma parte del proceso de calidad y del servicio general brindado.

Tabla 4: Referencias teóricas y conceptuales de calidad en nivel universitario

Dimensión de calidad como:	Definición
Prestigio y Excelencia	Se refiere a la calidad supedita al prestigio o reputación tanto académica y social lo que hace que se distingan entre las demás instituciones.
En función a los recursos	Desde este punto la calidad es considerada netamente como un producto, que puedes obtener si cuentas con los recursos económicos, físicos y el talento humano necesario. Esto al momento de realizar la valoración, se debe dar en cuanto a modernización, cualificación y productividad académica.
Como resultado	Este concepto se basa en el éxito logrado por los egresados de la casa de estudios, sin embargo, realizar dicha medición termina teniendo una mirada reduccionista.
Valor agregado	Esto se explica al ver la influencia positiva en el cambio de conducta de los estudiantes. Sin embargo, al realizar la evaluación de calidad de educación desde este punto, resulta complicado, ya que existen diversas fuerzas sociales que también influyen en el cambio de los estudiantes.
Adecuación de propósito	Desde este punto la estimación de calidad en una institución se encontrará definida por el ámbito legal y normativo, lo cual permite realizar una valoración de acuerdo a la ley de calidad educativa, sin embargo, no permite un margen de flexibilidad en la toma de decisiones a partir del mundo globalizado y competitivo.

Calidad como perfección o mérito Desde este punto de vista las instituciones deberán promover o implementar la “cultura de calidad”, que debe sostenerse en el tiempo, ya que a partir de buenos procesos se logren excelentes resultados.

Fuente: Villalba, (2013)

En la investigación realizada por Torres y Vásquez, (2015) que dicho concepto ha derivado mayores conceptos y teorías tales como la de International Standardization Organization (ISO), la cual propone la ISO 9000:2005 describe fundamentos del sistema de gestión de la calidad unificando las definiciones de los 8 filósofos mencionados anteriormente, proponiendo así los siguientes términos:

Ambos puntos mencionados abarcan más dimensiones, las cuáles serán mostradas en la siguiente tabla:

2.4.2.1. Modelos de Investigación de Calidad de Servicio

Para poder medir cada uno de los aspectos ya mencionados existen diversos modelos de investigación, uno de ellos es el Modelo **Fundación Europea para la Gestión de la Calidad** (en inglés, *European Foundation for Quality Management, EFQM*)

Maderuelo (2012), indica que el **Modelo EFQM de Excelencia** se compone por nueve criterios los cuales se agrupan en dos partes: el primero es denominado: “Agentes Facilitadores”, los cuáles hacen referencia a lo que hace la organización y en cómo lo hace, el segundo es el grupo denominado “Resultados” los cuáles hacen referencia a los logros obtenidos por la organización respecto a los grupos de interés (clientes, trabajadores, sociedad) y en relación a los objetivos globales.

La premisa del modelo indica que los Agentes Facilitadores son los determinantes de los resultados Alcanzados. Todo esto no difiere de la clásica conceptualización de estructura, proceso y resultados propuesta por Donabedian y que resulta más familiar en los servicios sanitarios. Maderuelo (2012), indica que el modelo EFQM de Excelencia se basa a los siguientes criterios:

Tabla 5. Lista de criterios de excelencia del EFQM

N°	Criterios
1	Liderazgo
2	Política y estrategia
3	Personas
4	Recursos y alianzas
5	Procesos
6	Resultados relativos a los clientes
7	Resultados relativos al personal
8	Resultados relativos a la sociedad
9	Resultados clave

Fuente: Maderuelo (2012)

Mientras que los fundamentos y sus características del Modelo EFQM de Excelencia, son los siguientes:

N°	Criterios
1	Orientación hacia los resultados
2	Orientación hacia al cliente
3	Liderazgo y constancia en los objetivos
4	Gestión por procesos y hechos
5	Desarrollo e implicación de las personas
6	Aprendizaje, innovación y mejora continuos
7	Desarrollo de alianzas
8	Responsabilidad social

Fuente: Maderuelo (2012)

Mismo autor indica que para la aplicación de dicho modelo se utiliza el Esquema de Puntuación de Reder, el cual ayuda a generar una autoevaluación a través de la ejecución del Modelo EFQM. Teniendo como objetivo identificar cuáles son los puntos fuertes y cuáles son los puntos para mejorar. Sin embargo, para poder llevar a cabo dicho esquema se debe

tomar en cuenta los siguientes cuatro elementos: resultados, enfoque, despliegue, y evaluación.

Sin embargo, existe otro modelo de investigación que fue tomado en cuenta como base antes de realizar una elección de un modelo específico para este proyecto de investigación, dicho modelo fue el: **Service Performance**, más conocido como SERVPERF el cuál evalúa la satisfacción al cliente. De acuerdo a Alteco Consultores (2016), este modelo fue propuesto por Cronin y Taylor en el año de 1992, el cual está enfocado en percibir la satisfacción del cliente en cuánto el servicio brindado, logrando así identificar los factores que involucran en la satisfacción del cliente a través de la calidad del servicio ofrecido. SERVPERF es muy similar al modelo de validación SERVQUAL, sin embargo, está diferenciado por la eliminación de las expectativas del cliente.

2.5. Satisfacción del cliente

Para poder determinar la satisfacción se debe conocer y entender que es el servicio al cliente, para ello Toniut, (2013), después de conocer diversas definiciones, a su vez por diversos autores, llegó a la conclusión de que la satisfacción es la existencia de un objetivo que se anhela alcanzar, a su vez es se juzga teniendo como mínimo dos referencias las cuáles en muchos casos están estandarizadas, las cuáles sirven para comparar el servicio, o desempeño percibido FAD CEPAM, (2013), indica tres elementos importantes para tener una excelente atención al cliente los cuáles son mencionados a continuación:

- a) **Mostrar atención:** un importante punto que ayuda a mejorar la atención al cliente es poder mostrarle que él es importante, tan solo siendo amables, y demostrando disponibilidad para poder ayudarlo.
- b) **Tener una presentación adecuada:** el cliente es muy observador, y le agrada ver a un vendedor que cuida su imagen, ya que, al ver bien vestido al vendedor, quiere decir que también el servicio o producto que ofrece es algo bueno y bonito.
- c) **Atención personal y amable:** el cliente es una publicidad gratuita, ya que, si recibe una buena atención, no sólo volverá a usar el servicio, sino que lo recomendará a

sus amigos, familiares, entre otros, y todo ello incrementará la cartera de clientes de la empresa u organización.

2.5.1. Características

Existen algunas características que ayudan a diferenciar el servicio del resto de la competencia, destacándola entre el mercado, estas son:

Intangibilidad: De acuerdo a Lovelock, 1983 citado en Duque 2005 nos indica que la mayor parte de los servicios son **intangibles**, por lo tanto, no son objetos, cosas, etc., sino que es algo que nos debe mostrar resultados, por lo que muchos servicios son logran ser evaluados antes de realizar la compra, ya que no suelen tener especificaciones sobre la calidad misma del servicio. A su vez, muchas veces suelen atravesar ciertas dificultades para poder lograr una correcta medición.

Heterogeneidad: De acuerdo a Duque (2005), existen muchos servicios donde la heterogeneidad es mucho más alta en comparación de otros, y esto debido a que son servicios donde este es muy variable, presentando un cambio constante en la percepción. Todo esto logra que sea difícil el aseguramiento de una calidad uniforme, ya que se debe tomar en cuenta que la empresa brinda un servicio, sin embargo, muchas veces el cliente percibe o recibe algo muy diferente.

Inseparabilidad: Duque (2005), también resalta que hay algunos servicios en los que existe una interacción entre el cliente y la persona de contacto que brinda el servicio, por ejemplo; cuando se va a un restaurante y el mesero es familiar de la persona que usará el servicio, todo esto logra que se vea afectada considerablemente la evaluación de la calidad, ya que existe una conexión y un preconcepto previo de la persona que lo atenderá.

Después de determinar todo ello, podemos lograr concluir que de acuerdo a Gosso (2008), la satisfacción al cliente es el estado de ánimo como resultado de la comparación entre las expectativas y el servicio brindado por la empresa. Los resultados pueden ser diversos, el primero puede ser neutro lo cual implica que la empresa solo cumplió su función. El segundo resultado es negativo el cual significa insatisfacción ante el servicio

percibido, y el tercero es un resultado positivo, significa que la empresa supero las expectativas del cliente.

FAD CEPAM, (2013), nos menciona algunos elementos que el cliente toma en cuenta para poder evaluar un servicio, dichos elementos son de manera general, y pueden variar dependiendo del cliente, y del servicio ofrecido. Es por ello que menciona la siguiente tabla:

Tabla 6. Elementos que usa el cliente para evaluar un servicio

Elemento	Definiciones
<i>Elementos tangibles</i>	Instalaciones, equipos, materiales de comunicación y la exhibición de productos
<i>Cumplimiento</i>	Cumplir lo que el vendedor(a) ofrece, en el momento preciso
<i>Cualidades del personal</i>	Los vendedores deben demostrar su competencia laboral, y transmitir confianza.
<i>Empatía</i>	Los vendedores deben entender las necesidades del cliente, y mantener una buena comunicación con ellos.

FAD CEPAM, (2013)

2.6. Marco conceptual

Calidad de servicio

La calidad de servicio es algo que ha ido creciendo y mejorando con el paso de los años, muchos investigadores han logrado determinar que esta variable se compone de varios factores o dimensiones, las cuales logran mejorar en gran manera esta variable. De esta forma podemos llegar a determinar o deducir que la calidad del servicio es aquello que se ofrece en cierta manera, ejemplo las llamadas a consumidores, esta será de cierta calidad; mala, buena, o muy buena, sin embargo, esta puede ser percibida de diferente manera por

el cliente, dependiente de las percepciones que tenga de este concepto. Como se mencionó esta variable tiene varias dimensiones como:

Tangibilidad: es aquello que no se puede guiar o administrar como a un producto, ya que a diferencia del producto no lo podrás ver, sino que se debe percibir y dependiendo de ello manifestar alguna opinión. Es por ello que para los clientes la persona que representa la tangibilidad de la empresa, funcionando esta como la prueba más importante y resaltante del nivel de calidad de servicio que se posee.

Capacidad de respuesta: es la capacidad de poder mantener contento y satisfecho a un cliente es la clave para que siga siendo un cliente y no se convierta en un cliente del pasado, para ello se deben cumplir con los plazos prometidos al cliente, así como poder resolver todas las preguntas o dudas que tengan sobre el servicio o empresa.

Fiabilidad: es la habilidad para poder brindar el servicio prometido de forma precisa y cuidadosa, también es poder brindar productos de calidad.

Empatía: es la habilidad de ponerse en el lugar de otra persona, es aquella persona que tiene la capacidad de responder con mayor rapidez de las necesidades de los demás.

Seguridad: es la inexistencia de peligros, riesgos o dudas sobre el tipo de servicio a recibir o algún inconveniente que provenga del servicio.

Satisfacción al cliente

Es aquella percepción que tiene el cliente de la calidad del servicio ofrecido. Esta puede ser muy variable ya que dependerá de las experiencias y conocimientos previos que tenga el cliente en situaciones o servicios similares. Esta es una variable que tiene gran contradicción dependiendo del nivel de conocimientos, experiencias, poder socioeconómico de las personas, porque todo eso influye en gran o en poca manera en la forma en que percibe la calidad del servicio el cliente.

Dimensiones de la satisfacción al cliente:

Rendimiento percibido: es todo el desempeño o valor entregado al servicio, esto es valorado por el cliente el cual lo toma en cuenta cuando adquiere el servicio o producto, y esta caracterizado por: parte del cliente, se basa en resultados, percepciones, y también se influye por el estado de ánimo del cliente.

Las expectativas: pueden ser las denominadas esperanzas, que los clientes tienen al recibir un producto o servicio, y estas pueden conformarse por cuatro factores, tales como: promesas propuestas, experiencia de compra, influencia de alguna opinión previa, y la competencia en el mercado.

Niveles de satisfacción: la experiencia de compra o de servicio se divide en tres niveles: insatisfacción, satisfacción y complacencia.

CAPÍTULO III

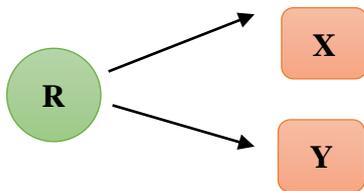
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de estudio

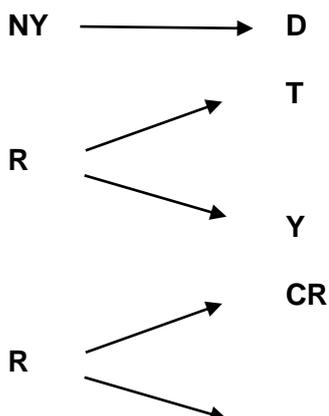
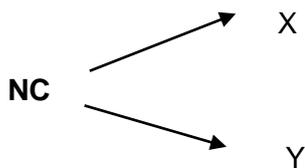
El presente trabajo de investigación es de nivel descriptivo-correlacional. De acuerdo a Hernández; Fernández & Baptista (2010) el presente trabajo cumple con la metodología de tipo de estudio descriptivo porque se describen y detallan las variables a usar, tales como: calidad de servicio y la satisfacción de los alumnos de la Facultad de Ciencias de la Salud. Asimismo, es correlacional, ya que se realizan pruebas estadísticas para determinar la relación existente entre las variables de estudio.

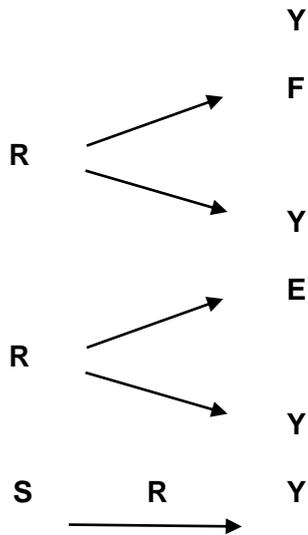
La presente investigación se desarrolla bajo un diseño no experimental, ya que no se han manipulado las variables de estudio. A su vez es de corte transversal ya que se estudia a los sujetos durante un tiempo determinado.

El esquema del diseño se presenta a continuación:



Diseño específico:





Leyenda:

R= Relación

NC= Nivel de Calidad

NY= Nivel de satisfacción

D= Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este

X= Calidad de servicio

Y= Satisfacción del cliente

T= Tangibilidad

CR= Capacidad de Respuesta

E= Empatía

S= Seguridad

F= Fiabilidad

3.2. Población

La población de estudio estará constituida por alrededor de 664, entre los clientes mujeres y hombres que acuden al Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este. Por motivo circunstancial del contexto del desarrollo de actividades la muestra será seleccionada de forma aleatoria y probabilística de acuerdo al criterio del investigador considerando los lineamientos de inclusión y exclusión.

3.2.1. Muestra:

Ecuación 1: Fórmula para calcular la muestra

$$n = \frac{N * Z^2 * p * (1 - p)}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * (1 - p)}$$

Contraloría (2012) “Guía práctica para la construcción de muestras”

En base a dicha fórmula se reemplazan los datos, dando como resultado:

Ecuación 2: Formula de la presente investigación

$$\frac{n = 664 * (1.95)^2 * 0.50 * (1 - 0.50)}{(664 - 1) * (0.05)^2 + (1.95)^2 * 0.50 * (1 - 0.50)}$$

n=244

Donde:

- n: Tamaño de la muestra que queremos calcular
- N: Población total
- Z: Nivel de confianza 95% = 1.95
- p: Proporción 50%
- e: Margen de error: 5%

3.3. Consideraciones éticas

La confianza es la base de la investigación ética. El bienestar de los individuos que participan en la investigación debe ser el principal interés del investigador.

3.4. Fórmula para determinar el nivel de satisfacción del cliente

Para poder realizar la aplicación de esta fórmula se debe obtener mediante una previa investigación lo siguiente: el rendimiento percibido y las expectativas que se tenía antes de realizar la compra. Luego de todo ello, se les asigna un valor determinado a los resultados, por ejemplo, para el rendimiento se puede usar:

- Excelente = 10
- Bueno = 7
- Regular = 5
- Malo = 3

Y para las expectativas se puede usar:

Categoría	Rango 1	Rango 2	Rango 3	Rango 4	Rango 5
Bajo	1 - 12	1 - 11	1 - 15	1 - 12	1 - 61
Moderado	13 - 14	12 - 14	16 - 18	13 - 14	62 - 72
Alto	15 a más	15 a más	19 a más	15 a más	73 a más

Y finalmente para la satisfacción se puede usar:

Categoría	Rango 1	Rango 2	Rango 3	Rango 4
Bajo	1 - 15	1 - 11	1 - 14	1 - 42
Moderado	16 - 18	12 - 14	15 - 18	43 - 50
Alto	19 a más	15 a más	19 a más	51 a más

La fórmula consiste en colocar el valor de:

Rendimiento percibido – expectativas = nivel de satisfacción

3.5. Criterios de inclusión y exclusión

3.5.1. Criterios de inclusión

- Voluntad
- Deseos de recibir una mejor atención

3.5.2. Criterios de exclusión

- Encuestas no completadas al 100%
- La falta de interés al llenar las encuestas, ya que pueden tener información no verdadera.

3.6. Variables del estudio

3.6.1. Calidad de servicio: (1 – 16 ítems)

DIMENSION	ÍTEMS
Tangibilidad	1-3
Fiabilidad	4-6

Capacidad de respuesta	7-10
Seguridad	11-13
Empatía	14-16

Fuente: Elaboración propia

3.6.2. Satisfacción al cliente: (1 – 11 ítems)

DIMENSION	ÍTEMS
Rendimiento percibido	1-4
Las expectativas	5-7
Niveles de satisfacción	8-11

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 1: Esquema de planteamiento general



Fuente: Elaboración propia

3.7. Operacionalización de variables

Variable 1: Calidad de Servicio

- Tangibilidad
- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta

- Seguridad
- Empatía

Variable 2: Satisfacción del cliente

- Rendimiento
- Experiencias
- Nivel de satisfacción

3.7.1. Cuadro de Operacionalización de variables:

Tabla 7. Operacionalización de las variables:

VARIABLES	DIMENSIONES	N°	ÍTEMS
Calidad de Servicio	Tangibilidad	1	Las instalaciones de Facultad de Ciencias de la Salud en la Universidad Peruana Unión son atractivas y limpias visualmente.
		2	El personal en general de Facultad de Ciencias de la Salud en la Universidad Peruana Unión tiene apariencia pulcra.
		3	Los banners, afiches, entre otros, son visualmente atractivos.
	Fiabilidad	4	Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, cumple con el tiempo prometido en realizar los tratamientos.
		5	Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, muestra interés en solucionar los problemas que presentan los clientes.
		6	Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, realiza adecuadamente los servicios desde la primera vez que se brindan.
	Capacidad de Respuesta	7	El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, le comunica cuándo terminará la realización del servicio.
		8	El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, le atiende rápida y eficazmente.
		9	El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, está dispuesto a ayudarlo.

		10	El personal Administrativo de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, está disponible para responderle dudas y consultas.
	Seguridad	11	El comportamiento del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, le transmite confianza.
		12	Se siente seguro al realizar sus transacciones en Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.
		13	El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, posee los conocimientos suficientes para poder responder ante sus dudas o preguntas, con respecto al servicio.
	Empatía	14	El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, brinda una atención personalizada.
		15	El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, brinda una atención personalizada.
16		Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, comprende y atiende las necesidades específicas que usted requiere, de los servicios que ellos brindan.	
Satisfacción al cliente	Rendimiento	1	Siente que Facultad de Ciencias de la Salud en la Universidad Peruana Unión se identifica con usted.
		2	Me siento conforme con el desempeño con el personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.
		3	Los servicios que ofrecen Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, están de acorde a lo que menciona en su publicidad.
		4	Las instalaciones de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, hacen que me sienta cómodo.
	Expectativas	5	El servicio de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, cumple con mis expectativas.
		6	Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, ofrece comodidades agradables.
		7	Valoro el esfuerzo del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima

			Este.
Nivel de satisfacción	8	Valoro el esfuerzo del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.	
	9	Percibo un buen servicio por parte del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.	
	10	Los horarios que ofrecen Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, son adecuados para mí.	
	11	Me satisface la cortesía del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.	

Fuente: Elaboración propia

3.8. Hipótesis y variables

3.8.1. Hipótesis general

- a) Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.

3.8.2. Hipótesis específica

- a) Existe la relación entre la tangibilidad y satisfacción del estudiante de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.
- b) Existe relación entre la capacidad de respuesta y satisfacción del cliente de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.
- c) Existe la relación entre la fiabilidad y satisfacción del cliente de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.
- d) Existe la relación entre empatía del personal y satisfacción del cliente de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.
- e) Existe la relación entre la seguridad y satisfacción del cliente de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.

3.8.3. Población y técnicas de investigación

3.8.3.1. Delimitación general:

- **País:** Perú

- **Provincia:** Lima
- **Distrito:** Chaclacayo
- **Dirección:** Car. Central Km. 19
- **Actividad:** Servicios
- **Área:** Educativa

3.8.3.1.1. Delimitación espacial:

La presente investigación se desarrollará en el departamento de Lima, distrito Chaclacayo – en la misma empresa Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, donde los alumnos acuden para adquirir diversos conocimientos. Y necesitan de los servicios de las diferentes escuelas con motivo de realizar los diferentes trámites dependiendo de sus necesidades.

3.8.3.1.2. Delimitación temporal

El presente proyecto de investigación se realizará con la población entre 17 y 30 años, edad promedio de los clientes que asisten a Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, clientes entre hombres y mujeres, la encuesta se dará a **297 estudiantes**, los cuáles serán elegidos al azar de forma que se pueda determinar si existe calidad de servicio y si está causa satisfacción en el cliente.

3.8.4. Instrumentos de recolección de datos

Para poder llevar a cabo la recolección de datos se dio de manera virtual, a través de GOOGLE FORMS, el cuál fue repartido a través de los tutores de cada grupo, según la carrera respectiva y promovida por los delegados del aula. Fue compartida por aproximadamente un mes para poder recolectar todos los datos completamente y llegar a la población requerida.

Se aplicó a todos los estudiantes sin distinción alguna, ya que todos los alumnos han recibido en algún momento atención por parte del personal administrativo de la Facultad.

.....

3.8.5. Modelo SERVQUAL

El modelo de investigación que se usará en la presente investigación es el Modelo de Investigación Servqual, el cual nos ayudará a plasmar la calidad de servicio.

Monterrey (2012) El modelo SERVQUAL fue desarrollado por Parasuraman, Zeitham y Berry (1998); el cual propone un instrumento representado por un cuestionario, para medir la calidad de un servicio con la escala SERVQUAL, la cual está basada en la diferencia entre las percepciones y expectativas de los clientes con respecto a la calidad de atención brindada por un servicio en particular. Teniendo como objeto exponer un útil instrumento para diferenciar el valor percibido del servicio y las expectativas generadas previamente a la prestación del mismo. Los resultados cuantitativos que presenta el modelo nos pueden servir para determinar la “mala calidad” en el servicio, y el valor de las inversiones que se pueden hacer (económicas y humanas) para mejorar la calidad.

Balazar Suárez R. (2015), el modelo SERVQUAL ha ido evolucionando a través de los años, nos menciona que su primera versión tuvo diez dimensiones, e incluía 97 ítems. Sin embargo, tiempo después se decidió eliminar diversos ítems ya que tenía una intensidad muy elevada al hacer la aplicación de la escala, en los diferentes tipos de servicios. Hoy en día el modelo consta de 22 ítems divididos en 2 secciones:

- Evaluación de expectativas
- Evaluación de percepción

Los fundadores de este modelo sugieren 22 características para evaluar lo que el cliente espera contra lo que percibe, estas características están agrupadas en cinco dimensiones:

- Tangibles
- Confiabilidad
- Velocidad de respuesta
- Aseguramiento
- Empatía

Matsumoto Nishizawa R. (2014), afirma que el Modelo Servqual es: “Una técnica de investigación comercial, en la que se permite realizar la evaluación y medición correspondiente de la calidad del servicio, conocer las expectativas del cliente, y cómo ellos aprecian el servicio”.

Setó Pamies D. (2004), nos muestra la tabla donde se realiza la división de los ítems en diferentes criterios, de forma general podemos decir que los 22 ítems que se mostraban anteriormente se presentan de forma global a continuación:

Tabla 8. Ítems o declaraciones correspondientes a cada criterio

Dimensión o criterio	Ítems correspondientes al criterio	N° de ítems por criterio
Tangibilidad	Ítems o declaraciones 1 a 4	4
Fiabilidad	Ítems o declaraciones 5 a 9	5
Capacidad de Respuesta	Ítems o declaraciones 10 a 13	4
Seguridad	Ítems o declaraciones 14 a 17	4
Empatía	Ítems o declaraciones 18 a 22	5

Duque Oliva E. J. & Chaparro Pinzón C. R. (2012), nos menciona que, para poder hacer la construcción del instrumento, se debe tomar en cuenta ciertos puntos, los cuales nos ayudarán a tener un instrumento mejor planteado y más estructurado, la tabla que nos presenta está a continuación:

Tabla 9. Metodología para la construcción del instrumento de medida

Términos	Especificaciones	Definiciones
	1	1.1 <i>Generar muestra de ítems</i>
	<i>Estructuración</i>	1.2 Determinación de dimensiones
<i>Estructuración</i>	<i>del análisis</i>	1.3 Validez de contenido
	<i>del problema</i>	1.4 Elaboración del cuestionario para la recolección de datos

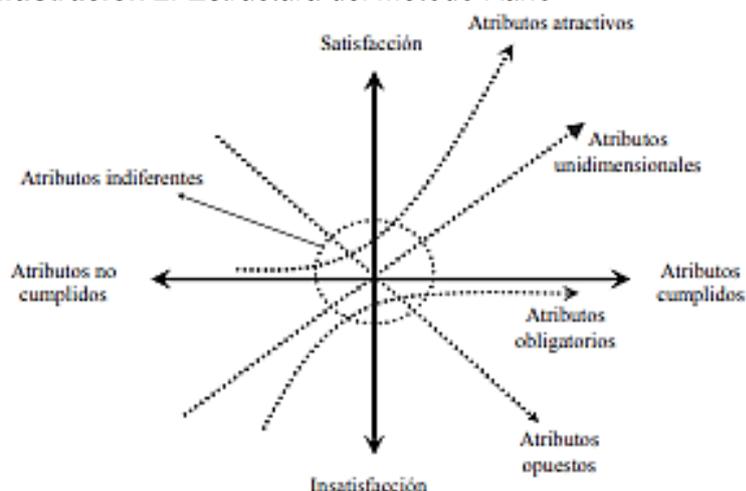
	2	2.1	Diseño de la población y muestra
	Observación	2.2	Recolección de datos: aplicación del cuestionario
	3	3.1	Diseño del Diagrama de Path.
Comprobación	Análisis de resultados	3.2	Purificación de la escala: cálculo de fiabilidad y validez del constructo; eliminación de los ítems infractores. Verificación de la dimensionalidad de la escala a través de un análisis factorial
		3.3	Ajuste final de la escala.

Fuente: Duque Oliva & Chaparro Pinzón (2012)

3.8.6. Modelo Kano – Satisfacción Del Cliente

Así mismo para poder medir la satisfacción del cliente se usará el modelo de Kano, Yacuzzi E. & Martín F. (2003), el cuál a es una herramienta de la gestión de calidad que ayuda a implementar decisiones de marketing, especialmente aquellas que se encuentran vinculadas con el crecimiento de productos o servicios. Dicho modelo fue creado a fines de 1970 el académico japonés Noriaki Kano dio un refinamiento al concepto de calidad. Kano uso dos dimensiones para realizar una evaluación de la calidad:

Ilustración 2: Estructura del Método Kano



Fuente: Toro Quezada (2009)

- a) Grado de rendimiento del producto.
- b) Grado de satisfacción del cliente que usa dicho producto.

Uribe Arango E. (2008), indica que el Modelo de Kano menciona 6 categorías, entre las cuáles las tres primeras se enfocan en ver la influencia en la satisfacción del cliente y las tres últimas se enfocan en localizar las respuestas del cliente, las categorías son:

- a) **Factores básicos:** son aquellos requisitos mínimos que causan la desconformidad o insatisfacción por parte del cliente cuando no son cumplidos, sin embargo, no aumentará si son cumplidos.
- b) **Factores de entusiasmos:** aumentan la satisfacción del cliente y son entregados, pero no causan el descontento si no se entregan. Estos factores son cosas inesperadas que se puedan entregar o que puedan diferenciar al producto o servicio, así mismo, deben ser atractivos para la vista del usuario o cliente.
- c) **Factores de desempeño:** son aquello que causan una gran satisfacción por parte del cliente, siempre y cuando estos tengan un desempeño alto. Por lo que si tienen un bajo desempeño, tendrán como resultado baja satisfacción por parte del cliente. Los factores están vinculado a las necesidades del cliente y a los deseos de la organización.
- d) **Cualidades indiferentes:** esto se da con aquellos clientes que no prestan atención a las características del producto o servicio ofrecido.
- e) **Cualidades cuestionables no es claro si dicha cualidad, es esperada o exigida por parte del cliente.**
- f) **Cualidades inversas:** es aquella que es esperada por el cliente.

Una opción que puede ayudar tener mejores resultados y más exactos en las encuestas. Es por ello que en algunas ocasiones se elimina la categoría intermedia y neutral (quiere decir debe haber una elección, ya sea positiva o negativa, no hay punto medio).

Para poder construir la escala de Likert se toma en cuenta que está debe ser elaborada con la mayor cantidad de afirmaciones posibles, las cuáles califiquen el objeto de actitud y administren a un grupo piloto de tal forma que se obtenga puntuaciones del grupo afirmativamente.

Las puntuaciones se correlacionan con las del grupo a toda escala (la suma de las puntuaciones de todas las afirmaciones), y las afirmaciones, cuyas puntuaciones se correlacionen significativamente con las puntuaciones de toda la escala, se seleccionan para integrar el instrumento de medición. Asimismo, debe calcularse la confiabilidad de validez de la escala.

3.8.7. Escala de Medición LIKERT

Así mismo para realizar la validación del instrumento del Modelo SERVQUAL, se usará el Modelo de escalas de Likert, el cuál según (Luna, 2007) nos menciona que toma en cuenta las características, opiniones y actitudes personales, entre otros. Para ello en la elaboración de sus ítems toma en cuenta ítems favorables y desfavorables.

La escala de Likert se divide en nueve capítulos, los cuáles son:

1. Diseño de un instrumento de medición
2. Identificación de la actitud o variable
3. Elaboración de ítems relacionados con la actitud o variable que se requiere medir
4. Administración de la escala a una muestra de jueces
5. Asignación de puntajes a los ítems según su posición positiva o negativa
6. Asignación de los puntajes a los jueces
7. Análisis de los ítems: validación
8. Análisis de los ítems: confiabilidad
9. Interpretación

Para llevar a cabo la validación de la muestra aplicada de la Escala de Likert, se debe tomar en cuenta los cuartiles superiores o inferiores, a estas sub-muestras se les aplica el sistema Estadístico de Student, la cual es una prueba para evaluar si las sub-

muestras difieren entre sí. En caso resultado logré estar en un valor positivo o negativo, la escala será válida y formará parte de la investigación.

3.8.7.1. Construcción de la escala Likert

García Sánchez J., Aguilera Terrats J. R. & Castillo Rosas A. (2011), menciona que los pasos para realizar una escala son:

- a) Describir la variable que se va a medir o evaluar.
- b) Elaborar ítems que tengan relación con las variables
- c) Administración de los ítems a una muestra de sujetos que actuarán como jurado para la asignación de puntajes positivos o negativos.
- d) Asignación de puntajes al total de sujetos, de acuerdo al tipo de respuesta dada en cada ítem, cabe mencionar que la suma para este caso debe ser algebraica.
- e) Aplicar una escala provisoria y a su vez calcular los puntajes en escala de manera individual.
- f) Elaborar la escala final, esta debe ser a base de los ítems seleccionados anteriormente.
- g) Realizar la categorización jerárquica de la escala.
- h) Realizar un cálculo de la confiabilidad y validez de la escala.

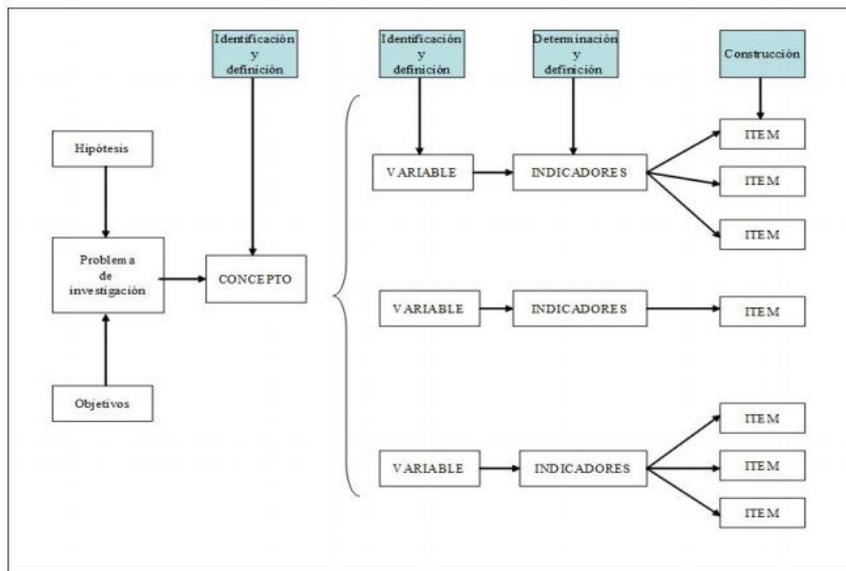


Ilustración 3: Secuencia para desarrollar una escala

Fuente: García Sánchez J., Aguilera Terrats J. R. & Castillo Rosas A. (2011),

3.8.7.2. Uso de los ítems de Likert:

García Sánchez J., Aguilera Terrats J. R. & Castillo Rosas A. (2011), menciona que esta escala es usada para medir diversas actitudes de encuesta, por ejemplo, se puede usar para realizar la valoración de:

- El nivel de acuerdo con una afirmación
- La frecuencia con la que se realiza una actividad en cuestión
- El nivel de importancia que se le da a cierto factor.
- Cuál es la valoración de un producto o servicio de una determinada empresa.
- Cuáles son las probabilidades de realizar o implementar una acción futura.

3.8.7.3. Niveles que debe haber en cada ÍTEM

Llauradó O. (2014), menciona que el número más común de niveles es de cinco, sin embargo, está puede variar, ya que dependerá del investigador la colocación de niveles. Sin embargo, se debe tener en cuenta de que algunas veces se puede usar muchos niveles redundantes con la finalidad de obtener diversas valoraciones.

3.8.7.4. Cuestionario

Se realizó la omisión de 10 preguntas del cuestionario original, en el instrumento de Calidad de Servicio se han omitido 6 preguntas específicamente, con la finalidad de poder tener respuestas más concretas y específicas, dando como resultado final en el cuestionario los siguientes ítems:

- Tangibilidad – 1 pregunta
- Fiabilidad – 2 preguntas
- Seguridad – 1 pregunta
- Empatía – 2 preguntas

Mientras que en Satisfacción al cliente se omitieron 4 preguntas específicamente en los siguientes ítems:

- Rendimiento percibido – 2 preguntas
- Expectativas – 2 preguntas

Es así como se logró construir el cuestionario que se encuentra en el adjunto N° 2 modificado y adecuado al presente proyecto de investigación, dicho cuestionario se encuentra en el anexo 1.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción de los datos sociodemográficos de los participantes

En la tabla 10 se aprecia que el 66.7% de los participantes son de sexo femenino. De la misma el 33.3% son de sexo masculino. Es decir, se distingue que el personal de salud se rige más por el sexo femenino. En cuanto a la edad, se distingue que la mayoría de los participantes (53%) se encuentra entre las edades de 17-20 años, quienes se encuentran en la etapa de adultez temprana. Asimismo, en la categoría de Escuela Profesional, el grupo más resaltante representa el 29.8% de estudiantes de Medicina

Tabla 10. Datos sociodemográficos de los participantes:

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
	n	%
Sexo		
Masculino	56	33.3%
Femenino	112	66.7%
Edad		
17 a 20 años	89	53%
21 a 25 años	79	47%
Escuela Profesional		
Psicología	44	26.2%
Medicina	50	29.8%
Enfermería	37	22.0%
Nutrición	37	22.0%

Fuente: Elaboración propia

4.2. Descripción de las variables

Según la tabla 11, existe una presencia media de satisfacción al cliente de un 64.30%. En cuanto a la dimensión de expectativa se interpreta como las ideas y conceptos previos que tienen los clientes (estudiantes) sobre el nivel de servicio que desean recibir, para lo cual según la muestra se encuentra en un nivel medio con un 70.80%. Con relación al rendimiento que simboliza la capacidad de desempeño y los niveles de satisfacción que simboliza el nivel de cuan satisfecho y expectativas cumplidas se halla logrado por parte de la contraparte, en ambos casos de acuerdo a los encuestados se encuentran ubicados en un nivel medio del 60.1% ambos.

Tabla 11. Niveles de Satisfacción de los estudiantes

Categoría	Satisfacción al cliente					
	Bajo		Medio		Alto	
	n	%	n	%	n	%
Rendimiento	41	24.4%	101	60.1%	26	15.5%
Expectativa	30	17.9%	119	70.8%	19	11.3%
Niveles de Satisfacción	33	19.6%	101	60.1%	34	20.2%
Total	40	23.8%	108	64.3%	20	11.9%

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 12, el 51.2% de los trabajadores brindamos un nivel medio en la calidad de servicio. Con respecto a la dimensión de Tangibilidad, viene a ser el servicio o producto que se puede percibir de manera precisa, a lo cual el 58.3% de los estudiantes lo encuentran en un nivel medio, sin embargo, el 31.5% se sitúan en el nivel bajo en esta dimensión. En relación a la fiabilidad, quiere decir, que tan confiable es el servicio prestado por los trabajadores de la facultad, los estudiantes lo califican en nivel medio con un 63.1% y el 28.6% en un nivel bajo. En relación a la capacidad de respuesta, que simboliza la capacidad que tienen los trabajadores de la facultad para resolver los inconvenientes de los estudiantes, se encuentra en un nivel medio con un 57.8%, y en un nivel bajo con 32.1%. Con relación a la seguridad que simboliza y representa la capacidad de no representar riesgo para los estudiantes, lo cual se encuentra calificado con un 52.4% en el nivel medio y con un 7.1% en el nivel alto. Finalmente, en cuanto a la empatía que es la capacidad de interactuar y entender a los estudiantes, se encuentra en un nivel medio con un 47.6%, y con un 13.7% en un nivel alto.

Tabla 12. Niveles de Calidad del personal de la FCS.

Categoría	Calidad de Servicio					
	Bajo		Medio		Alto	
	n	%	n	%	n	%
Tangibilidad	53	31.5%	98	58.3%	17	10.1%
Fiabilidad	48	28.6%	106	63.1%	14	8.3%
Capacidad de Respuesta	54	32.1%	97	57.7%	17	10.1%
Seguridad	68	40.5%	88	52.4%	12	7.1%
Empatía	65	38.7%	80	47.6%	23	13.7%

Total	42	25.0%	86	51.2%	40	23.8%
-------	----	-------	----	-------	----	-------

Fuente: Elaboración propia

4.3. Prueba de normalidad de las variables

Con el fin de realizar los análisis comparativos y contrastar las hipótesis planteadas, se procedió a realizar primero la prueba de bondad de ajuste con la finalidad de precisar si las variables presentan una distribución normal. En ese sentido la tabla 13 presenta los resultados de la prueba de bondad de ajuste de Kolmogorov-Smirnov (K-S). La tabla 13 manifiesta los datos correspondientes a las 2 variables para lo cual en su mayoría presentan una distribución no normal dado que el coeficiente obtenido (K-S) es significativo ($p < 0.00$). Por tanto, para los análisis estadísticos correspondientes se empleará estadística no paramétrica.

Tabla 13. Prueba de bondad de ajuste a la curva normal para las variables de estudio

Instrumentos	Variables	Media	DE	K-S	P
Calidad de servicio	Tangibilidad	12.77	1.830	0.234	,000 ^c
	Fiabilidad	12.40	2.320	0.248	,000 ^c
	Capacidad de respuesta	16.17	2.781	0.189	,000 ^c
	Seguridad	12.41	2.001	0.211	,000 ^c
	Empatía	12.52	2.285	0.197	,000 ^c
	Rendimiento	16.41	2.923	0.200	,000 ^c
Satisfacción al Cliente	Expectativa	12.66	1.996	0.210	,000 ^c
	Niveles de satisfacción	16.29	2.981	0.200	,000 ^c

4.4. Análisis de correlación entre las variables de estudio

Como se puede apreciar en la tabla 14, el coeficiente de correlación de Satisfacción al Cliente indica que existe una relación positiva y altamente significativa entre la Satisfacción al cliente y la Calidad al servicio y sus dimensiones ($p < 0.00$). Es decir, cuánto más Calidad de Servicio haya por parte de los trabajadores mayor será la satisfacción de los estudiantes.

De manera similar ocurre con las dimensiones satisfacción al cliente, ya que a mayor satisfacción mayor calidad de servicio existe por parte de los trabajadores de la facultad.

Tabla 14. Coeficiente de correlación entre las variables de estudio

Calidad de servicio	Satisfacción al cliente	
	RHO	P
Tangibilidad	,628**	0.000
Fiabilidad	,784**	0.000
Capacidad de respuesta	,593**	0.000
Seguridad	,737**	0.000
Empatía	,775**	0.000

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

Fuente: Elaboración propia

4.5. Discusión

En cuanto al objetivo general: Determinar los factores de calidad de servicio que influyen en la satisfacción del estudiante de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este. Mediante los análisis estadísticos se logró determinar que existe una relación de entre ambas variables en un (1.000 promedio), encontrándose en el nivel media. Los resultados obtenidos coinciden en cierta forma con la investigación de Astete, (2018) quien establece que existe relación significativa entre dichas variables, ante ello se le suma, el involucramiento, resultado del servicio ofrecido y la infraestructura, siendo estos factores importantes en la satisfacción de los estudiantes. En la presente investigación, no se tomó en cuenta los puntos y factores de Astete, así mismo los resultados se encuentran en nivel medio, mientras que los de Astete en nivel alto, mostrando una diferencia y dando como resultado que se necesita una mejora significativa y constante de forma que los resultados sean mejores y mayores en una siguiente y próxima investigación.

Así mismo, la investigación de (Franco, 2017) muestra que existe una satisfacción del servicio de un 72.5% siendo una diferencia del 8.2%, demostrando que la satisfacción es menor a la de Universidad Nacional del Centro del Perú, lugar donde se realizó la investigación de Franco. En la tabla 14 podemos observar que los puntos que conforman la satisfacción podemos comprobar que existe una correlación de 1.000.

CAPÍTULO V

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusión

Después de analizar los resultados, podemos concluir que existe una relación de gran nivel entre la calidad de servicio ofrecida por el personal administrativo de la facultad de ciencias de la Salud, y los estudiantes, de las diferentes carreras que la conforman. Sin embargo, también podemos concluir que la satisfacción de los estudiantes se encuentra en un nivel medio a bajo. Muchas de las observaciones que se dieron fue que la velocidad en realizar los trámites, es lenta lo que dificulta los procesos. También que muchas veces las indicaciones que se daban no eran muy claras, y generaba diversas confusiones.

Concluyendo así que la calidad debe ser mejorada, y debe ir en continuo crecimiento, para obtener mayor satisfacción en los estudiantes universitarios.

Con relación a la investigación y resultados estadísticos realizada por Huamaní, (2019) quien manifiesta en su investigación que existe una relación del 95%. Sin embargo, manifestó que existe baja calidad con respecto a los elementos tangibles teniendo dicha variable un resultado 50.44%, encontrándose en el nivel regular. Al contrarrestar estos resultados con la presente investigación podemos determinar que existe una similitud en la variable de tangibilidad, ya que ambos se encuentran en nivel regular o medio.

Así mismo, de acuerdo, a la investigación realizada por Aleman, (2018) donde de acuerdo a sus resultados estadísticos se comprobó que existe una correlación entre variables de un 0.991, siendo una relación directa y positiva entre las variables e calidad y satisfacción. Esto demuestra que su investigación coincide con los resultados del presente proyecto, ya que ambos demuestran la existencia de la correlación entre dichas variables.

Ante la fiabilidad y la capacidad de respuesta el investigador Vásquez, (2016) manifiesta que ante la fiabilidad, existe un nivel de correlación de 0-515, siendo representado por un 48.2%, con relación a la capacidad de respuesta sus resultados estadísticos indican una

correlación de 0,606, y un 42.4% de nivel regular. Ambos resultados coinciden con el presente proyecto, teniendo resultados positivos y de confiabilidad de ambas variables, al manifestar dicha correlación.

Finalmente Ferrerira, (2018) menciona que, ante la dimensión de empatía y seguridad, existe una correlación de 0.578 y 0.616 respectivamente, siendo favorables y demostrando que existe una relación significativa entre las variables de calidad y satisfacción. Siendo congruentes y similares al del presente proyecto.

5.2. Recomendaciones

Después de analizar, y revisar los resultados, y observaciones dadas por los encuestados, se recomienda, realizar procesos más simples, brindar indicaciones más claras y concisas. También se recomienda poder realizar capacitaciones constantes al personal sobre los diversos y nuevos procesos que se implementan, de forma que se pueda conocer mejor y brindar un mejor servicio.

Otra recomendación y muy importante sería realizar actualizaciones sobre el sistema, ya que, al ser nuevo, generaba diversas confusiones, y demora en poder entenderlo, y a su vez retraso en las atenciones.

Realizar derivaciones a las diversas áreas, personal, según corresponda de forma que los alumnos puedan ser atendidos a la brevedad posible.

En épocas de matrícula, debido a la alta demanda se podría disponer de un personal de derivación, guía o ayuda para los alumnos, que les pueda ayudar a resolver las diversas dudas, y así evitar el denominado cuello de botella, o las largas esperas.

REFERENCIAS

- A.P.N. (2019). Experta chilena: Perú dio gran paso en calidad universitaria y ahora hay que mantenerla. *12707*, 1–4. <https://andina.pe/agencia/noticia-experta-chilena-peru-dio-gran-paso-calidad-universitaria-y-ahora-hay-mantenerla-758463.aspx>
- A.P.N. (2020). Sunedu: 2 universidades públicas y 5 privadas aún buscan el licenciamiento. *14/3/2020*, 1–3. <https://andina.pe/agencia/noticia-sunedu-estas-son-las-universidades-licenciadas-denegadas-y-busca-del-licenciamiento-778299.aspx>
- Aceves, S. &. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente, para el funcionamiento de las empresas. *Revista El Buzón de Pacioli*, *1(82)*, 4–13.
<http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Aleman. (2018). *Evaluación de los programas de bienestar universitario y la satisfacción académica de los estudiantes de la Universidad Nacional de Tumbes, 2015. Maestría e*. <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/231/TESIS DE MAESTRIA - CAROLINA ALEMAN GARCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Álvarez, C. & R. (2014). Estudio de la Satisfacción de los Estudiantes con los Servicios Educativos brindados por Instituciones de Educación Superior del Valle de Toluca Study of Student Satisfaction with the Educational Services to Universities of the Toluca Valley Introducción. *REICE. Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio En Educación*, *13(2)*, 5–26.
- Astete. (2018). Calidad De Servicio Educativo Y Satisfacción Estudiantil En Los Estudiantes De La Escuela Profesional De Contabilidad De La Universidad Alas Peruanas Filial Cusco-2018. *Universidad Cesar Vallejo*, 1–74.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33993/astete_cr.pdf?sequence=1
- Baños, Ortiz, B. (2017). Satisfacción, motivación y rendimiento académico en estudiantes de Secundaria y Bachillerato: antecedentes, diseño, metodología y propuesta de de análisis para un trabajo de investigación. *Revista Digital Del Centro Del Profesorado Cuevas - Olula (Almería)*, *10(20)*, 40(11–01). <http://espiral.cepcuevasolula.es/>

- Baptista, H. F. &. (2010). *Metodología de la investigación - Quinta edición* (S. A. D. C. V. A. INTERAMERICANA EDITORES (ed.)). <https://doi.org/10.1002/jctb>
- Campos, D. &. (2017). Influencia de la satisfacción con los estudios sobre la procrastinación académica en estudiantes de psicología: un estudio preliminar. *Liberabit: Revista Peruana de Psicología*, 23(1), 123–135.
<https://doi.org/10.24265/liberabit.2017.v23n1.09>
- Cerna. (2017). Calidad de Servicio y Satisfacción de los estudiantes de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Este - 2017. In *Universidad César Vallejo*.
- Duque, C. (2012). Medición De La Percepción De La Calidad Del Servicio De Educación Por Parte De Los Estudiantes De La Uptc Duitama. *Criterio Libre*, 10(16), 159.
<https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.16.1168>
- Eyzaguirre. (2016). *Expectativa y satisfacción estudiantil por el servicio académico de la Universidad Privada de Tacna en el año 2015* (Vol. 1).
<http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/52/1/eyzaguirre-reinoso-omar.pdf>
- FAD CEPAM. (2013). *Manual de Atención al Cliente 1*.
- Ferrerira. (2018). La calidad de los servicios educativos y la satisfacción del estudiante extranjero de la Universidad Peruana Unión, Lima, 2017. *Universidad Peruana Unión*, 99. <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/503>
- Franco. (2017). *Satisfacción de estudiantes frente al servicio de formación profesional en la Facultad de Educación - UNCP*.
- García. (2014). *¿Quién es responsable de la calidad de servicio?*
<https://gestion.pe/blog/atuservicio/2014/06/quien-es-responsable-de-la-calidad-de-servicio.html/>
- Gestión. (2019). Perú purga sus universidades tras décadas de precarización y baja calidad. *24/10*, 2–3. <https://gestion.pe/peru/peru-purga-sus-universidades-tras-decadas-de-precarizacion-y-baja-calidad-noticia/?ref=gesr>
- Gonzales. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes usuarios con la*

- atención administrativa en la Facultad Ciencias Contables y Administrativas, UNAPUNO, 2017.*
- Guerrero. (2015). *Aplicación del modelo de Kano al análisis de la satisfacción de los estudiantes en los cursos de formación online.*
- Gutierrez. (2018). *Satisfacción con servicios en estudiantes de un instituto de educación superior tecnológico público de Lima Metropolitana.*
- Huamaní. (2019). *La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Privada de Tacna, 2019. Maestría.* http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/1342/1/2_Huamani-Villagra-Zulma.pdf
- Israel. (2011). *Calidad en la gestión de servicios.pdf.*
- López. (2019). *Calidad de servicio y fidelización en los estudiantes del programa online del Centro de Idiomas de la Universidad Peruana Unión de la ciudad de Lima, 2019.*
- Mejías, Teixeira, R. & A. (2010). Evaluación de la Calidad de los Servicios Universitarios No Académicos en una Universidad Venezolana. *Eighth LACCEI Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology, 1-4 Junio, 1–9.* http://www.laccei.org/LACCEI2010-Peru/published/UM073_Mejias.pdf
- OECD. (2017). *Resultados de PISA 2015 : El bienestar de los estudiantes.* Mejores Políticas Para Una Vida Mejor. <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/MINEDU/5526>
- Olaya. (2017). *UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Escuela Profesional de Administración Calidad de servicio y satisfacción del cliente en Montalvo Salón & Spa del Mall Aventura en el distrito de Santa Anita, Lima 2017. 77.*
- Pecina, Rodríguez, Ortiz, Al., E. (2015). *Recursos de investigación aplicados a la enseñanza en Latinoamérica* (E. C. de estudios e investigaciones para el desarrollo docente. C. A. Para (ed.); 1era.).
- Pinedo. (2017). *La calidad del servicio y satisfacción del estudiante dentro de la aplicación de las buenas prácticas del sistema de formación profesional en el Centro Técnico*

- Productiva – CETPRO – Daniel Villar de Caraz, 2017. In *Universidad César Vallejo*.
- Power, D. (2006). *La Satisfacción del Cliente*. 1–7.
- Prieto. (2018). *Master en Sistemas Integrados de Gestión de Calidad, Medio Ambiente y Prevención de Riesgos Laborales*. <https://www.docsity.com/es/historia-de-la-calidad/4110363/>
- Quispe. (2019). La calidad del servicio y la satisfacción en los estudiantes del Programa de Educación Superior a Distancia (PROESAD) de la Universidad Peruana Unión sede Lima, gestión 2015 II. *Repositorio Universidad Peruana Unión*, 99.
- Reyes. (2010). ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN UNIVERSITARIA EN LA FACULTAD DE INGENIERÍA DE LA UNIVERSIDAD DE TALCA. *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, 18(3), 350–363.
- Sánchez. (2019). *La satisfacción de los estudiantes de enfermería en su primer año de estudio de una Universidad Privada de Integración de la Tecnología de Información de Comunicación (TIC)*. <http://orcid.org/0000-0002-0511-0247%0AEDITA>:
- Toniut. (2013). *La medición de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Mar del Plata*. 121.
- Toro. (2009). *Aplicación de la metodología de kano para la determinación de un modelo de valor para clientes de productos inmobiliarios*. 30.
- Tschohl. (2017). *Servicio al cliente: el empresa que alcanza la arma secreta de la excelencia* (Issue 1). http://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente.pdf
- Valdéz. (2020). Calidad de servicio del área administrativa y satisfacción del estudiante de la Escuela Profesional de Ingeniería de Alimentos de la Universidad Nacional Intercultural de Quillabamba, 2019. *Dirección General de Investigación*, 1–93. https://drive.google.com/file/d/1_IR8G2xOKhcG-2YVMyc1XXEeJ99GQQ2s/view
- Vásquez. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión - Huacho, 2016. Licenciatura*, 31–48. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/1072/TESIS-PRE-FIISI-VASQUEZ-CESAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vásquez, C. M. V. &. (2016). La satisfacción estudiantil universitaria: análisis estratégico a partir del análisis de factores. *Industrial Data*, 18(1), 9.

<https://doi.org/10.15381/idata.v18i1.12062>

Vásquez, T. &. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Compendium*, 18(35), 57–76.

Villalba. (2013). La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades. *Punto De Vista*, 4(7), 51–72.

<https://doi.org/10.15765/pdv.v4i7.445>

White. (2013). Mensajes Para Los Jóvenes Elena. In *Mensajes Para Los Jóvenes* (Vol. 53, Issue 9). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

ANEXOS

Anexo 1. Administración del proyecto de investigación

Cronograma de ejecución

El cronograma de actividades está elaborado para el período de noviembre de 2019 hasta junio de 2020, fecha en la que se presente sustentar la presente tesis.

ACTIVIDADES	Año	2019		2020						
	Meses	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Elección del Tema e información		x								
Formulación del problema y objetivos		x								
Justificación y Presuposición filosófica		x								
Revisión de la Literatura			x	x	x	x				
Elaboración de la metodología			x	x						
Definición y elaboración de la matriz de consistencia				x						
Elaboración de la Operación de variables				x	x					
Elaboración de las encuestas					x					
Presentación y Validación de las encuestas						x				
Finalización del diseño del Proyecto						x				
Presentación y aprobación del proyecto						x				
Levantamiento de Observaciones							x			
Encuestas y recolección de datos							x	x		
Análisis e interpretación de datos								x		
Impresión y presentación									x	
Elaboración del informe									x	
Levantamiento de Observaciones									x	
Sustentación de la tesis										x

Anexo 2. Instrumento sobre la calidad del servicio y satisfacción al cliente

Buen día, mi nombre es Greysi Yadira Cruz Sosa, y soy egresada de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión. El objetivo de la presente investigación es determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción del servicio brindado por el personal de las Escuelas que conforma la Facultad de Ciencias de la Salud, con la finalidad de proponer un plan de mejora continua para que pueda ser aplicado y, en consecuencia, eleve la calidad del servicio ofrecido por el personal interno. Agradecemos de antemano su colaboración.

PREGUNTAS GENERALES

Género: a) Femenino

b) Masculino

Edad:

Frecuencia de visita

- a) 1 vez a la semana
- b) 2 veces al mes
- c) 1 vez al mes
- d) 1 vez cada dos meses
- e) 1 vez cada tres meses

Categoría de respuesta
1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Indeciso
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Cuestionario De Calidad De Servicio:

N°	Tangibilidad					
1	Las instalaciones de Facultad de Ciencias de la Salud en la Universidad Peruana Unión son atractivas y limpias visualmente.	1	2	3	4	5
2	El personal en general de Facultad de Ciencias de la Salud en la Universidad Peruana Unión tiene apariencia pulcra.	1	2	3	4	5
3	Los banners, afiches, entre otros, son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5
Fiabilidad						
4	Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, cumple con el tiempo prometido en realizar los tratamientos.	1	2	3	4	5
5	Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, muestra interés en solucionar los problemas que presentan los clientes.	1	2	3	4	5
6	Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, realiza adecuadamente los servicios desde la primera vez que se brindan.	1	2	3	4	5
Capacidad de respuesta						
7	El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, le comunica cuándo terminará la realización del servicio.	1	2	3	4	5
8	El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, le atiende rápida y eficazmente.	1	2	3	4	5

9	El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, está dispuesto a ayudarle.	1	2	3	4	5
10	El personal Administrativo de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, está disponible para responderle dudas y consultas.	1	2	3	4	5
Seguridad						
11	El comportamiento del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, le transmite confianza.	1	2	3	4	5
12	Se siente seguro al realizar sus transacciones en Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.	1	2	3	4	5
13	El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, posee los conocimientos suficientes para poder responder ante sus dudas o preguntas, con respecto al servicio.	1	2	3	4	5
Empatía						
14	El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, brinda una atención personalizada.	1	2	3	4	5
15	Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, tiene horarios de atención accesibles.	1	2	3	4	5
16	Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, comprende y atiende las necesidades específicas que usted requiere, de los servicios que ellos brindan.	1	2	3	4	5

Categoría de respuesta:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Indeciso
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Cuestionario de Satisfacción del cliente

N°	Rendimiento Percibido					
1	Siente que Facultad de Ciencias de la Salud en la Universidad Peruana Unión se identifica con usted	1	2	3	4	5
2	Me siento conforme con el desempeño con el personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.	1	2	3	4	5
3	Los servicios que ofrece Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, están de acorde a lo que menciona en su publicidad.	1	2	3	4	5
4	Las instalaciones de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, hacen que me sienta cómodo.	1	2	3	4	5
Las expectativas						
5	El servicio de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, cumple con mis expectativas.	1	2	3	4	5
6	Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, ofrece comodidades agradables.	1	2	3	4	5
7	Valoro el esfuerzo del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.	1	2	3	4	5
Niveles de Satisfacción						
8	Me parecen razonables los precios de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.	1	2	3	4	5

9	Percibo un buen servicio por parte del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.	1	2	3	4	5
10	Los horarios que ofrece Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, son adecuados para mí.	1	2	3	4	5
11	Me satisface la cortesía del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.	1	2	3	4	5

Anexo 3. Matriz operacionalización

Variables	Dimensiones	Ítems	Definición operacional	Técnica
Calidad de Servicio	Tangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> •Las instalaciones de Facultad de Ciencias de la Salud en la Universidad Peruana Unión son atractivas y limpias visualmente. •El personal en general de Facultad de Ciencias de la Salud en la Universidad Peruana Unión tiene apariencia pulcra. •Los banners, afiches, entre otros, son visualmente atractivos. 	1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Indeciso 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo	Encuesta
	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> •Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, cumple con el tiempo prometido en realizar los tratamientos. •Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, muestra interés en solucionar los problemas que presentan los clientes. •Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, realiza adecuadamente los servicios desde la primera vez que se brindan. 	1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Indeciso 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo	Encuesta
	Capacidad de Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> •El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, le comunica cuándo terminará la realización del servicio. •El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, le atiende rápida y eficazmente. •El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, está dispuesto a ayudarlo. •El personal Administrativo de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, está disponible para responderle dudas y consultas. 	1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Indeciso 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo	Encuesta
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> •El comportamiento del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, le transmite confianza. 	1: Totalmente en desacuerdo 2: En	Encuesta

		<ul style="list-style-type: none"> •Se siente seguro al realizar sus transacciones en Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este. •El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, posee los conocimientos suficientes para poder responder ante sus dudas o preguntas, con respecto al servicio. 	<p>desacuerdo 3: Indeciso 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo</p>	
	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> •El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, brinda una atención personalizada. •El personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, brinda una atención personalizada. •Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, comprende y atiende las necesidades específicas que usted requiere, de los servicios que ellos brindan. 	<p>1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Indeciso 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo</p>	Encuesta
Satisfacción al cliente	Rendimiento	<ul style="list-style-type: none"> •Siente que Facultad de Ciencias de la Salud en la Universidad Peruana Unión se identifica con usted •Me siento conforme con el desempeño con el personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este. •Los servicios que ofrecen Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, están de acorde a lo que menciona en su publicidad. •Las instalaciones de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, hacen que me sienta cómodo. 	<p>1: Totalmente insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Indiferente 4: Satisfecho 5: Totalmente satisfecho</p>	Encuesta
	Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> •El servicio de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, cumple con mis expectativas. •Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, ofrece comodidades agradables. •Valoro el esfuerzo del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de 	<p>1: Totalmente insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Indiferente 4: Satisfecho 5: Totalmente satisfecho</p>	Encuesta

		Lima Este.		
	Nivel de satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> •Valoro el esfuerzo del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este. •Percibo un buen servicio por parte del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este. •Los horarios que ofrecen Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este, son adecuados para mí. •Me satisface la cortesía del personal de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este. 	<p>1: Totalmente insatisfecho 2: Insatisfecho 3: Indiferente 4: Satisfecho 5: Totalmente satisfecho</p>	Encuesta

Anexo 4. Matriz de consistencia

Problema de Investigación	Pregunta de Investigación	Preguntas Específicas	Objetivo General	Objetivos Específicos	Variable	Dimensiones
“Factores de calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Salud de una Universidad de Lima Este”	¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del estudiante de la Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este?	a) ¿Cuál es la relación entre la tangibilidad de la calidad del servicio y satisfacción del estudiante de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este?	¿Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del estudiante de la Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este?	a) Determinar la relación entre la tangibilidad de la calidad del servicio y satisfacción del estudiante de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.	Variables Independientes: Calidad del servicio	Tangibilidad
		b) ¿Cuál es la relación entre la capacidad de respuesta de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este?		b) Determinar la relación entre la capacidad de respuesta de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.		Capacidad de respuesta
		c) ¿Cuál es la relación entre la fiabilidad de la calidad de servicio y satisfacción del cliente de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este?		c) Determinar la relación entre la fiabilidad de la calidad de servicio y satisfacción del cliente de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.		Fiabilidad
		d) ¿Cuál es la relación entre empatía del personal y satisfacción del cliente de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este?		d) Determinar la relación entre empatía del personal y satisfacción del cliente de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.		Empatía
		e) ¿Cuál es la relación entre la seguridad de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este?		e) Determinar la relación entre la seguridad de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de Facultad de Ciencias de la Salud en una Universidad de Lima Este.	Seguridad	
					Variable Dependiente: Satisfacción al cliente	Rendimiento percibido
						Expectativas
						Niveles de satisfacción