

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO SOBRE LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN LA ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN – PIMENTEL.

EXTERNAL CUSTOMER SATISFACTION ON QUALITY OF CARE IN THE ACADEMIC PROFESSIONAL SCHOOL OF TOURISM AND BUSINESS UNIVERSITY LORD OF SIPAN - PIMENTEL

ESPINOZA REQUEJO CINTHY CATHERYNE¹

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la satisfacción del cliente externo sobre la calidad de atención en la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel. La población estuvo conformada por 235 estudiantes del semestre académico 2015-II de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán, se utilizó la técnica de la encuesta y un cuestionario de 32 ítems con escala tipo Likert con cinco criterios de medición para medir la satisfacción del cliente y la calidad de atención. La investigación fue mixta no aplicada con un diseño ex post facto y finalmente se aplicó la prueba del Alfa de Cronbach a una prueba piloto, para determinar la validez del contenido.

Se obtuvo como resultados que para la satisfacción del cliente externo fue de 58% ($p=0.09$) y la calidad de atención fue de 61%. Las dimensiones estudiadas para la satisfacción del cliente fueron tangibilidad (62%), fiabilidad (47%), capacidad de respuesta (57%), empatía (62%) y seguridad (54%); así como también para la calidad de atención en sus dimensiones de calidad técnica (61%) y la calidad funcional (60%) en la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel. Se llegó a la conclusión de que existe correlación entre la satisfacción del cliente externo y la calidad de atención a un nivel de 0.866 ($p=0,09$).

Palabras clave: calidad de atención, calidad funcional, calidad técnica, capacidad de respuesta, empatía, fiabilidad, seguridad, satisfacción del cliente, tangibilidad.

¹ Adscrita a la Escuela de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán, Docente de la EAP de Turismo y Negocios de la USS, email. erequejocc@crece.uss.edu.pe

ABSTRACT

The research aimed to determine the external customer satisfaction on the quality of care in the Academic Professional School of Tourism and Business of the Señor de Sipán University - Pimentel. The population consisted of 235 students of the academic semester 2015-II of the Academic Professional School of Tourism and Business of Señor de Sipán University, technical survey and a questionnaire of 32 items with Likert-type scale was used five criteria measurement to measure customer satisfaction and quality of care. The investigation was not applied mixed with a design ex post facto and ultimately the test of Cronbach's alpha was applied to a pilot test to determine the validity of the content.

Was obtained as results for external customer satisfaction was 58% ($p = 0.09$) and quality of care was 61%. The dimensions studied for customer satisfaction were tangibility (62%), reliability (47%), responsiveness (57%), empathy (62%) and safety (54%); as well as for the quality of care in its dimensions of technical quality (61%) and the functional quality (60%) in the Academic Professional School of Tourism and Business at the University Señor de Sipán - Pimentel. It was concluded that there is correlation between external customer satisfaction and quality of care at a level of 0.866 ($p = 0.09$).

Keywords: Quality of care, functional quality, technical quality, responsiveness, empathy, reliability, safety, customer satisfaction, tangibility.

I. Introducción

En esta parte del estudio se precisa la metodología de la investigación científica donde se considera la hipótesis, las variables mediante la definición conceptual y operacional. También se señala los métodos el tipo de estudio, diseño de la investigación, la población y muestra, método de investigación, técnicas e instrumentos de recolección de datos, los instrumentos de recolección de datos y por último los métodos de análisis de datos utilizados en la presente investigación.

Como planteamiento del problema sobre la calidad en los servicios educativos, la búsqueda de docentes y personal (colaboradores) ejemplares y una metodología pertinente, todo con el propósito de obtener resultados satisfactorios tanto para los clientes primarios como para los secundarios. La inoportuna calidad del servicio educativo que existe en muchas instituciones universitarias es a causa de la carencia de programas de actualización. Toda la realidad en los servicios educativos atraviesa este perfil y ya hay fuertes intentos y muchas instituciones que se presentan con una marcada tendencia a las nuevas técnicas de servicios educativos. A nivel internacional, la calidad basada en la educación es vista reiterativamente como el motor del desarrollo económico y social, y como un proceso permanente, continuo, integrador, que se extiende a lo largo de toda la vida para poder servir de base a las transformaciones socioeconómicas que las distintas sociedades deben promover para garantizar un desarrollo social

equitativo. En relación con estos planteamientos, la calidad y la equidad en el proceso de globalización parecen ser los dos grandes ejes rectores del pensamiento político en lo que se refiere a la atención de la educación para los próximos años.

En el ámbito nacional, los discursos educativos tienden a centrar lo relacionado con la calidad de la educación en: a) la insistente afirmación de que el sistema escolar no logra transmitir los conocimientos y destrezas que son crecientemente necesarios en el mundo de hoy; b) en el hecho de que hay una falta de pertinencia y de actualización en los contenidos; c) en las cifras que muestran que los estudiantes logran escasos aprendizajes en áreas tales como matemáticas, ciencias o lenguaje, y d) en la convivencia paralela de circuitos de excelencia académica con circuitos carenciados y marginales. Los diagnósticos suelen basarse en que no se cubre el derecho de los ciudadanos de acceder a la educación de calidad en igualdad de condiciones o de oportunidades. Ello se traduce en la casi inseparabilidad de las nociones de calidad y de equidad en los discursos y propuestas de políticas, de reformas y transformaciones educativas (CEPAL, Naciones Unidas 2009).

A nivel local, Actualmente, la Educación en la región Lambayeque, plantea retos cada vez más grandes para poder avanzar en el mejoramiento de la calidad de los aprendizajes de los estudiantes; a pesar de tener una nueva gestión en el gobierno regional, aún no se visualiza propuestas ejecutables para este avance; sin embargo, el Proyecto Educativo Regional de Lambayeque (PER-L), aprobado en diciembre del 2006 y con una visión hacia el 2021, aún carece de una implementación seria que permita asegurar el cumplimiento de los objetivos trazados.

El resultado del análisis de los resultados de los estudiantes, tanto en las evaluaciones nacionales, como internacionales, se puede percibir cuanto se está avanzando, pero se nota un avance inercial de la calidad de los aprendizajes, antes que este sea un producto de un trabajo consciente y delineado hacia el mejoramiento de la educación (Quinteros 2008).

Es preciso producir un cambio brusco en la gestión de calidad educativa y convertirla en estratégica, no mirando el pasado para compararnos cuanto avanzamos con respecto de este, sino innovar pensando en el futuro esperado y determinar lo que necesitamos para lograrlo, evaluándolo constantemente.

En cuanto a la Justificación, referente a la satisfacción del cliente externo constituye un elemento particularmente importante para la evaluación del servicio de atención. En primer lugar, fue de vital importancia el resultado obtenido del estudio y de valor incuestionable, debido a que está relacionada con el bienestar que la Escuela Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán intenta promover. Como segundo punto de atención, el estudio favoreció a determinar cuál debe ser el óptimo alcanzado para la atención brindada debido a que el estudiante universitario participará de manera más efectiva a partir de la realización del estudio. Y como tercer punto abordado, la satisfacción y el descontento constituyen juicios de valor de la persona sobre la calidad de la atención recibida.

La satisfacción del estudiante es uno de los resultados más importantes en la prestación de servicios de buena calidad que influye en la utilización y continuidad del servicio que brinda la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán.

De allí la importancia de esta investigación porque permitió determinar la satisfacción del cliente externo ofertado por personal académico, administrativo y de servicios que laboran en las diferentes áreas como: Personal de la Escuela, personal de mantenimiento de los salones de clase, personal de vigilancia, personal de biblioteca, personal de tecnologías de la información - préstamo de equipos, y desde luego el objetivo general fue Determinar la satisfacción del cliente externo sobre la calidad de atención en la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel.

II. Metodología

En esta parte del estudio se precisa la metodología de la investigación científica donde se considera la hipótesis y sus variable; Si existe relación entre la satisfacción del cliente externo y la calidad de atención en la Escuela Académica Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel; fue de tipo mixto no aplicada y consistió en analizar y vincular datos cualitativos a cuantitativos para responder al planteamiento del problema, con el diseño no experimental con un solo grupo como lo ha tipificado Kerlinger (1979) quien determina que la investigación no experimental o ex post-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables, que permitió recabar la información necesaria, con una población y muestra de 235 estudiantes del I al X ciclo *de la Escuela Académica Profesional de Turismo y Negocios, en el semestre 2015 II*, Se empleó el método descriptivo, para describir la realidad percibida, el método inductivo fue utilizado debido a que se partió de una forma particular para llegar a conclusiones generales. Se utilizó como técnica la observación, para comprobar, distinguir y verificar como se realizaron las diversas actividades y el accionar de los usuarios externos, la encuesta utilizada en la investigación estuvo organizada de acuerdo a las dimensiones que conforman las variables estudiadas.

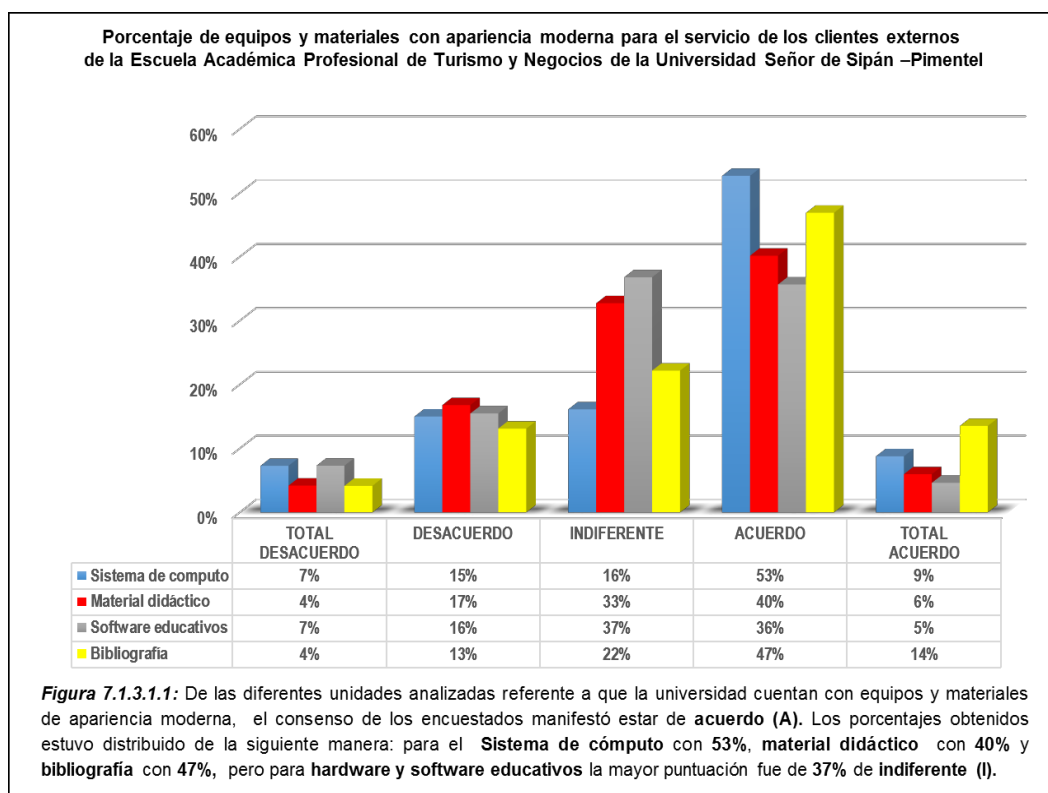
III. Resultados.

Tabla 7.1.3.1.1

Porcentaje de equipos y materiales con apariencia moderna para el servicio de los clientes externos de la Escuela Académica Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel

ITEMS	TD	D	I	A	TA	Total
Cuentan con equipos y materiales de apariencia moderna.						
Sistema de cómputo	7%	15%	16%	53%	9%	100%
Material didáctico	4%	17%	33%	40%	6%	100%
Hardware y Software educativos	7%	16%	37%	36%	5%	100%
Bibliografía	4%	13%	22%	47%	14%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



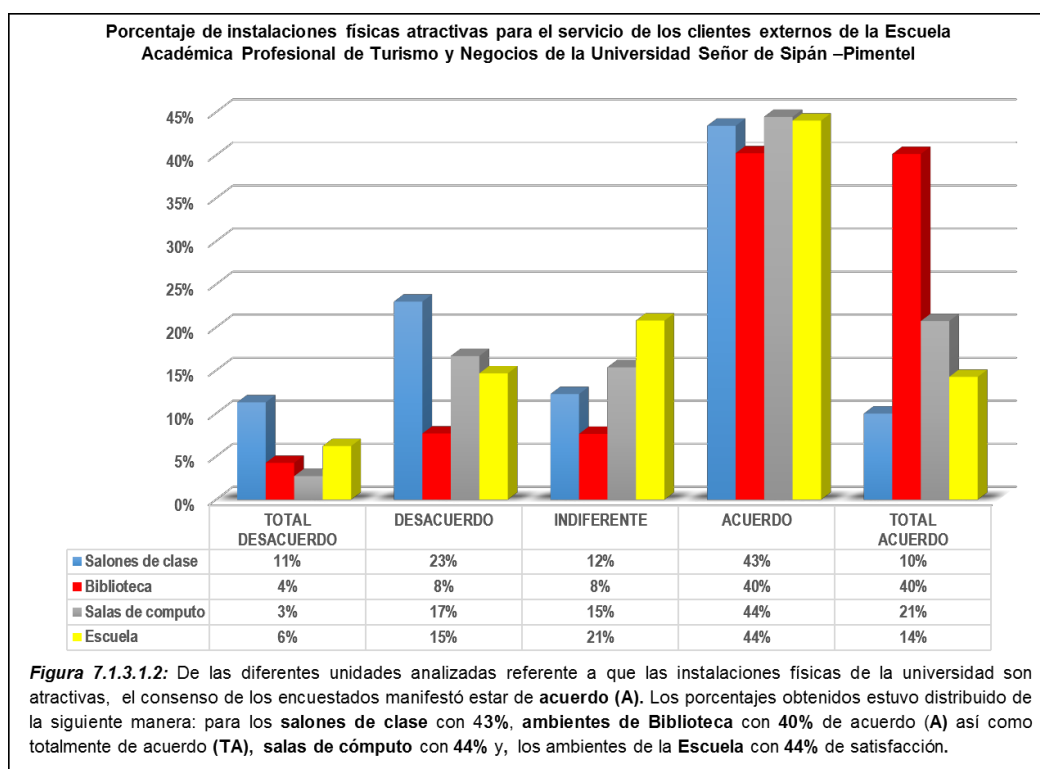
Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

Tabla 7.1.3.1.2

Porcentaje de instalaciones físicas atractivas para el servicio de los clientes externos de la Escuela Académica Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán –Pimentel

ÍTEMS	TD	D	I	A	TA	Total
Las instalaciones físicas son atractivas.						
Salones de clase	12%	23%	12%	43%	10%	100%
Biblioteca	4%	8%	8%	40%	40%	100%
Salas de cómputo	3%	17%	15%	44%	21%	100%
Escuela	6%	15%	21%	44%	14%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



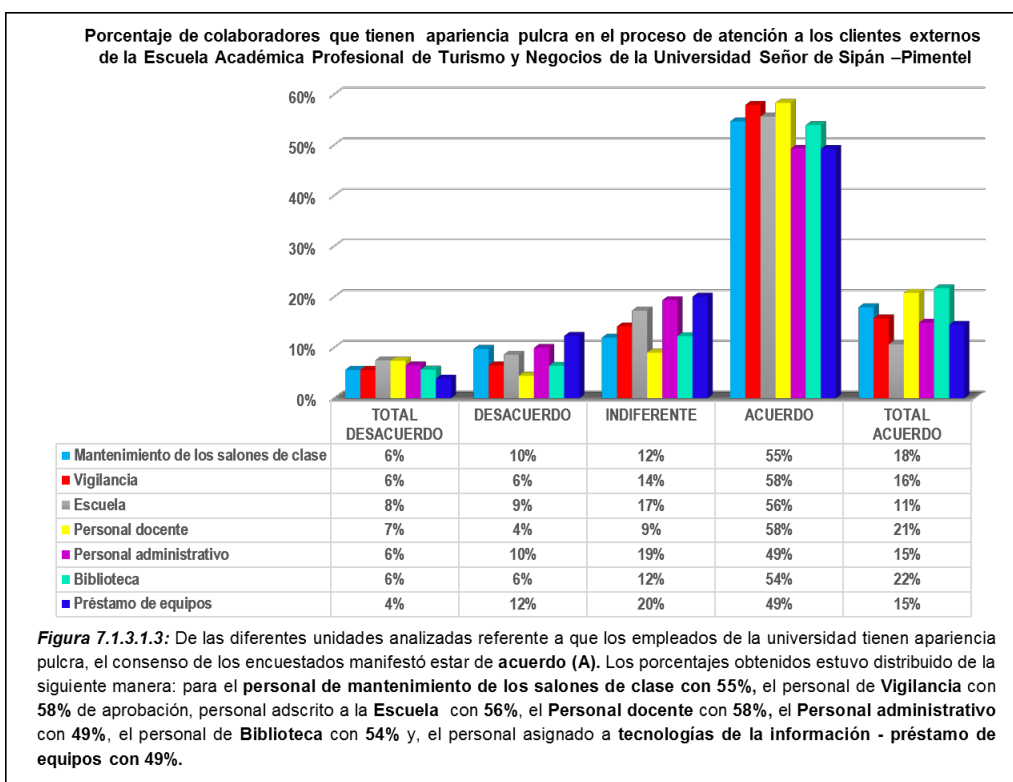
Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

Tabla 7.1.3.1.3

Porcentaje de colaboradores que tienen apariencia pulcra en el proceso de atención a los clientes externos de la Escuela Académica Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán

ÍTEMS	TD	D	I	A	TA	Total
Los colaboradores tienen apariencia pulcra:						
Personal de Mantenimiento de los salones de clase	6%	10%	12%	55%	18%	100%
Personal de Vigilancia	6%	6%	14%	58%	16%	100%
Secretaría de Escuela	8%	9%	17%	56%	11%	100%
Personal docente	7%	4%	9%	58%	21%	100%
Coordinadores de áreas de la Escuela	6%	10%	19%	49%	15%	100%
Personal de Biblioteca	6%	6%	12%	54%	22%	100%
Personal de tecnologías de la información - Préstamo de equipos	4%	12%	20%	49%	15%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

IV. Discusion

En la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán, en la variable Satisfacción del Cliente; la primera dimensión Tangibilidad, está restringida por la percepción de los estudiantes respecto de la apariencia de las instalaciones de la empresa, del equipo, del personal y de los materiales de comunicación en un 62 por ciento. La brecha de necesidad por atender en esta dimensión fue 38 por ciento.

La restricción en la segunda dimensión Fiabilidad (brecha=53%) es la capacidad de realizar el servicio prometido de forma seria y correctamente. Incluye puntualidad y todos los elementos que permiten al cliente percibir sus conocimientos acerca del servicio que espera recibir. Cualquier error cometido durante el desempeño del servicio puede traer consigo la pérdida de confianza del cliente.

La restricción en la tercera dimensión Capacidad de Respuesta (brecha=43%) es la atención de las demandas de sus clientes con rapidez y eficacia.

La restricción en la cuarta dimensión Empatía (brecha=38%) es el compromiso e implicación con el cliente, y el conocimiento a fondo de sus características, de sus necesidades personales y de sus requerimientos específicos.

La restricción en la quinta dimensión Seguridad (brecha=46%) comprende la credibilidad, que, a su vez, incluye confianza, honestidad e integridad del proveedor del servicio para sentirse libre de peligros, riesgos o dudas.

Según Kotler (citado por García, 2000), la satisfacción del cliente es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas; en este sentido las dimensiones antes señaladas muestran un nivel de aceptación promedio mayor a 50 por ciento.

Esta situación permite afirmar que existe un nivel de restricciones similares a la satisfacción de los clientes y en consecuencia los retos por superar que la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios tiene frente a sus estudiantes es alto; esto es, existe una relativa satisfacción por los servicios recibidos y exigencias (restricciones).

Respecto a la variable Calidad de Atención; la primera dimensión Calidad Técnica, está restringida por el resultado técnico del proceso en un 61 por ciento. La brecha de necesidad por atender en esta dimensión fue 39 por ciento.

La restricción en la segunda dimensión Calidad Funcional (brecha=40%) es el servicio se desempeña el colaborador de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios con la acción recíproca de los estudiantes.

Según González (2014), la calidad de los servicios se fundamenta en dos dimensiones percibidas por Gröroos en 1994: (1) calidad técnica relacionada con el ¿qué? se entrega al cliente y (2) calidad funcional referida a ¿cómo? se entrega al cliente. En consecuencia, la percepción de los estudiantes sobre la calidad en la atención recibida supera el 60 por ciento. El complemento de estas restricciones muestra que la expectativa corresponde a un promedio aproximado de 40 por ciento.

Los resultados analizados líneas arriba evidencia que la satisfacción de los clientes esta próxima al 50 por ciento mientras que la calidad de la atención alcanza un 60 por ciento; esta diferencia permite afirmar que sus expectativas por el servicio son mayores que la atención personal recibida por los colaboradores de la institución.

Los datos y la información analizada en este estudio sobre satisfacción de los estudiantes por la atención institucional recibida tiene un nivel de significancia ($p=0.333$), un Rho de Spearman de 0.866 para la correlación; y, una prueba de distribución normal de los datos de 0.09.

V. Conclusiones

La presente investigación buscó contribuir al estudio de las variables de gran importancia dentro del contexto empresarial.

La satisfacción del cliente externo fue de 58% ($p=0.09$) y la calidad de atención fue de 61%. Las dimensiones estudiadas para la satisfacción del cliente fueron tangibilidad (62%), fiabilidad (47%), capacidad de respuesta (57%), empatía (62%) y seguridad (54%); así como también para la calidad de atención en sus dimensiones de calidad técnica (61%) y la calidad funcional (60%) en la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel.

Existe una correlación de 0,866 ($p=0,09$) entre las variables satisfacción del cliente externo y calidad de atención brindada en la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel.

Se elaboró un programa orientado a la satisfacción del cliente externo en mejora de la calidad de la atención en la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel haciendo énfasis en los objetivos estratégicos, objetivos operativos y con sus medios de verificación correspondientes.

VI. Bibliografía.

Activo vital para las empresas: La reputación es un valor intangible, pero cuantificable. (2011).
Revista Nueva Economía. (Julio). 872

Acuña H. (2010) Innovación disruptiva en la Gestión educativa generación de organizaciones inteligentes y Gestión estratégica. Recuperado el 4 de octubre del 2011. Disponible en: <http://carlosyampufe.blogspot.com/2011/02/un-sistema-educativo-no-puede-estar.html>

- EspinozaRCC. Satisfacción del cliente externo sobre la calidad de atención en la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel. Rev. Horizonte Empresarial. Vol. 3 N° 1, ISSN 2313-3414, 2016-I
- ADS Quality. (2002). Enciclopedia de la calidad. Madrid, España: Fundación Confemetal.
- Alles, M. A. (2009). Diccionario de competencias La Trilogía: las 60 competencias más usadas. Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Alvarez, C. C. (1998). Glosario de términos para la administración y gestión de los servicios sanitarios. Madrid: Díaz de Santos.
- Álvarez, J., Chaparro, E. M. y Reyes, D. E. (2014). Estudio de la Satisfacción de los Estudiantes con los Servicios Educativos brindados por Instituciones de Educación Superior del Valle de Toluca. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, 13(2), 5-26
- Azteking O. (2008). Las encuestas. Recuperado el 29 de octubre del 2011. México. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Las-Encuestas/378971.html>
- Banco Mundial (2008). La calidad de la educación en el discurso educativo internacional. Recuperado el 04 de octubre del 2011. Disponible en: http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17037/1/art3_v8n2.pdf
- Bello M. (2009). La calidad de la educación en el discurso educativo internacional. Recuperado el 04 de octubre del 2011. Disponible en: http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17037/1/art3_v8n2.pdf
- Clemenza, C., Azuaje, H, y Araujo, R. (2010). Calidad de servicio de las instituciones privadas de educación superior. Omnia, 16 (1), 53-81
- Cueva K. (2007). Medición de la Calidad de Servicios que brinda a sus pacientes el Hospital Belén de Lambayeque, aplicando la Técnica de SEVQUAL. Tesis (Licenciada en Administración). Lambayeque, Perú: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, 2007. 120p.
- Damian, I. (2006). Gestión Municipal y Calidad de Servicio e la Municipalidad Distrital de Picsi: Alternativas de Solución. Tesis (Licenciada Administración de Empresas). Picsi, Perú: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, 2006. 200p.
- Ferradas, C. (2006). ¿Es la conducta ética rentable? (Spanish). Leadership: Magazine for Managers, (5), 18. Business Source Complete, EBSCOhost, viewed 4 December 2011.
- Finol, M., Morillo, R. y Castro, E. (2013). Gestión de la calidad educativa en centros escolares del subsistema de educación básica. Omnia. 19 (2), 112 – 124

- EspinozaRCC. Satisfacción del cliente externo sobre la calidad de atención en la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel. Rev. Horizonte Empresarial. Vol. 3 N° 1, ISSN 2313-3414, 2016-I
- Fundación Europea para la Gestión de Calidad (EFQM) (1999). Modelo EFQM de Excelencia. Recuperado el 15 de octubre del 2011. Disponible en: <http://www.tqm.es/TQM/ModEur/ModeloEuropeo.htm>
- García, M. J. (2000). Gestión de la atención al cliente/consumidor (UF0036). IC Editorial.
- Gento, S., & Medina, A. (1995). Instituciones educativas para la calidad total: Configuración de un modelo organizativo. Madrid, España: La Muralla.
- González, M. C. (2014). La calidad en las organizaciones turísticas. Madrid: Paraninfo.
- Gutiérrez, M. (1994). Administrar para la calidad: Conceptos administrativos del control total de calidad. México, D.F: Limusa Noriega Editores.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2009) en Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2010) Metodología de la Investigación. México: Mcgraw-Hill.
<http://www.redalyc.org/pdf/737/73715016004.pdf>
- Huamán R, Alfaro K, y Vílchez C., (2008). La Evaluación de la Calidad aplicado al servicio de una biblioteca en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) bajo la Metodología LIBQUAL. Lima, Perú. 150p.
- Ideaspropias Editorial. (2006), calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. Madrid, España.
- Lara, R. M., Aguilar, V., Campos, R. y Rico, D. (1994). Medicina y cultura: Hacia una formación integral del profesional de la salud. México, D.F: Plaza y Valdés Editores.
- Lemaitre, M. J. y Zenteno, M. E. (2012). Aseguramiento de la calidad en Iberoamérica. Educación Superior: Informe 2012. Santiago de Chile, Chile: Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA) – Universia.
- López, S. (2006). Implantación de un sistema de calidad: los diferentes sistemas de calidad existentes en la organización. España: Ideas Propias.
- Luque, M. (2010). Nivel de calidad de la gestión de una Institución Educativa de la Región Callao aplicando el Modelo EFQM. (Tesis de Maestría). Recuperada de http://repositorio.usil.edu.pe/wp-content/uploads/2014/07/2010_Luque_Nivel-de-calidad-de-la-gesti%C3%B3n-de-una-instituci%C3%B3n-educativa-de-la-regi%C3%B3n-Callao-aplicando-el-modelo-EFQM.pdf
- Martinez-Tur, V. Peiró, J. M. y Ramos, J. (2001). Calidad de servicio y satisfacción del cliente: una perspectiva psicosocial. Madrid, España: Síntesis.

- EspinozaRCC. Satisfacción del cliente externo sobre la calidad de atención en la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel. Rev. Horizonte Empresarial. Vol. 3 N° 1, ISSN 2313-3414, 2016-I
- Miranda, F. J., Chamorro, A. y Rubio, S. (2008). Introducción a la gestión de la calidad. Madrid, España: Las Rozas-Delta.
- Moreira, R. A. (2013). Personal administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana Extensión Guayaquil para mejorar la calidad de servicio. Propuesta de un módulo práctico. (Tesis de Maestría). Recuperada de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1666/1/TESIS%20COMPLETA%20ROSA%20AMELIA%20MOREIRA%20ORTEGA.pdf>
- Naciones Unidas (2009). Las 4 A Primera parte Asequibilidad y opiniones de las Naciones Unidas. Recuperado el 04 de octubre del 2011. Disponible en: <http://www.lpp-uerj.net/olped/documentos/1174.pdf>
- Quichca, G. O. (2012). Relación entre la calidad de gestión administrativa y el desempeño docente según los estudiantes del I al VI ciclo 2010 - I del Instituto superior particular “La Pontificia” del distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho – Perú. (Tesis de Maestría). Recuperada de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:hHjQmFvy7gYJ:cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1694/1/Quichca_tg.pdf+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe
- Revista Nueva Economía (2011). Activo vital para las empresas: La reputación es un valor intangible, pero cuantificable. Recuperado el 05 de 02 de diciembre del 2011. Disponible en: <http://nuevaeconomia.com.bo/productos/revista-articulos/gerencia/activo-vital-para-las-empresas-la-reputacion-es-un-valor-intangible-pero-cuantificable/>
- Rodríguez E. (2007). La calidad de la educación en el discurso educativo internacional. Recuperado el 04 de octubre del 2011. Disponible en: http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17037/1/art3_v8n2.pdf
- Salazar C, Jazmin E. y Enrique E. (2009). Gestión Administrativa: Diagnostico de la Calidad del Servicio Ofrecido por la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) Cead Valledupar Cesar. Recuperado el 04 de octubre del 2011. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Diagnostico-De-La-Calidad-Del-Servicio/751497.html>
- Salvador, C. M. (2008). Calidad de servicios: El camino hacia la fidelidad del consumidor. Estrategias para conseguir estabilizar a los clientes. Almería, España: Universidad de Almería.

- EspinozaRCC. Satisfacción del cliente externo sobre la calidad de atención en la Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel. Rev. Horizonte Empresarial. Vol. 3 N° 1, ISSN 2313-3414, 2016-I
- Sánchez G. y Silva F., (2010). Gestión Administrativa: Propuesta para los Empresarios de la Pequeña y Micro Empresa de la Ciudad de Paita. Recuperado el 04 de octubre del 2011. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Trabajos-De-Investigacion/917020.html>
- Sánchez, O., & Pazos, M. (2011). Percepción Multinivel de la Calidad del Servicio educativo universitario. (Spanish). Global Conference On Business & Finance Proceedings, EBSCOhost, p. (03), 917-926.
- Sánchez-Galán, J. R. (2011). La empresa humana (2 vols.). Madrid, España: Visión Libros.
- Sarabia, E. (2008). “Un modelo educativo integral en la Universidad Veracruzana”. Tesis de Maestría en Administración de Organizaciones. Facultad de Contaduría y Administración. División de Estudios de Posgrado. UNAM. México.
- Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa – SINEACE. (2013). Educación Superior en el Perú: Retos para el aseguramiento de la calidad. Lima, Perú: Impresión Arte Perú S.A.C.
- Tumino, M. C y Poitevin, E. R. (2013). Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes: caso de estudio. REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, 12(2), 63-84.
- Vavra, T. (2003). Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000. Madrid: Fundación Confemetal.
- Vega J. (2007). Calidad del Servicio que Presta el Unir a los estudiantes en el Área de Mercadotecnia y Comercio Exterior. Recuperado el 04 de octubre del 2011. Disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Diagnostico-De-La-Calidad-Del-Servicio/751497.html>
- Velázquez, S. (2008). Sistema de auto-diagnostico empresarial: una herramienta para mejorar la competitividad. Recuperado el 04 de diciembre del 2011. Recuperado de <http://www.ejournal.unam.mx/rca/200/RCA20005.pdf>
- Vergara, J. C. y Quesada, V. M. (2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 13 (1), 108 - 122.
- Yampufé C. (2011) Innovación disruptiva en la Gestión educativa generación de organizaciones inteligentes y Gestión estratégica. Recuperado el 4 de octubre del 2011. Disponible en: <http://carlosyampufe.blogspot.com/2011/02/un-sistema-educativo>