

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

Unidad de Posgrado de Ciencias Empresariales



Una Institución Adventista

Calidad de servicios y satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la

Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad

Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima 2020

Tesis para optar el Grado Académico de Maestro(a) en Administración
de Negocios con mención en Gestión Empresarial

Autor:

CP. Betty Giovelith Jimenez Perez

Asesor:

Dr. Jesús Fernando Bejarano Auqui

Lima, octubre de 2021

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DE TESIS

Dr. Jesús Fernando Bejarano Auqui de la Escuela de Posgrado, Unidad de Posgrado de Ciencias Empresariales , de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Calidad de servicios y satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima 2020.”** constituye la memoria que presenta la CP. Betty Giovelith Jiménez Pérez para aspirar al Grado Académico de Maestro(a) en Administración de Negocios con mención en Gestión Empresarial, 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 nueve días del mes de Noviembre del año 2021.



Dr. Jesús F. Bejarano Auqui

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE MAESTRA

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los cuatro días del mes de octubre del año 2021, siendo las 16:00 horas se reunieron en la sala virtual zoom (<https://adventistas.zoom.us/j/82529955969>) de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor Presidente del Jurado: Dr. Julio César Rengifo Peña y los demás miembros siguientes:

Secretario: Mg. Wilter Charmin Morales García
 Vocal: Mg. Gloria Ivon Luy Medina
 Vocal: Dr. Marcos Enrique Flores González
 Asesor: Dr. Jesús Fernando Bejarano Gonzales

Con el propósito de llevar a cabo el acto público de la sustentación del trabajo de investigación titulado: “Calidad de servicios y satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima 2020” de la egresada: Betty Giovelith Jiménez Pérez conducente a obtención del Grado Académico de Maestro en: Administración de Negocios con mención en Gestión Empresarial.

El Presidente del Jurado dio por iniciado el acto académico, invitando a la candidata a hacer uso del tiempo señalado para su exposición. Concluida la misma, el Presidente del Jurado invitó a los demás miembros a realizar las preguntas, cuestionamientos y aclaraciones pertinentes que fueron absueltas por el candidato, el acto fue seguido de un receso de quince minutos para las deliberaciones y el dictamen de Jurado. Vencido el tiempo de las deliberaciones, el Jurado procedió a dejar constancia escrita del resultado en la presente acta, con dictamen siguiente:

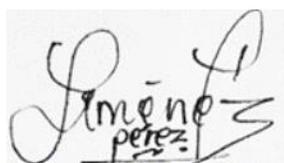
APROBADO por UNANIMIDAD calificación: APROBADO CON ESCALA VIGESIMAL 16 ESCALA CUALITATIVA CON NOMINACIÓN DE BUENO, CON MÉRITO DE MUY BUENO

El Presidente del Jurado hizo alusión a la maestrando y solicitó al secretario la lectura correspondiente para poner en su conocimiento el resultado, terminado el mismo y sin objeción alguna, el Presidente del jurado dio por concluido el acto, en fe de lo cual firman al pie.

Presidente



Secretario



Candidato

Vocal

Vocal

Dedicatoria

A mi amado esposo, por su dedicación, amor y oraciones constantes.

A mis padres, por todo el esfuerzo que han hecho por mí.

Agradecimiento

En estas líneas, expreso mi profundo agradecimiento a:

Dios, por guiar mi vida y por los planes que Él tiene para mí y mi familia.

La Universidad Peruana Unión, por hacer los esfuerzos necesarios para brindar una educación integral y formar profesionales al servicio de la humanidad.

Mi asesor, el Dr. Jesús Fernando Bejarano Auqui, por sus enseñanzas, instrucciones, su compromiso y responsabilidad en el quehacer para lograr este desafío.

Mi amado esposo, por instruirme con ideas, herramientas y metodología de estudio para llevar a cabo esta investigación. Gracias, amor.

Índice de contenidos

Dedicatoria	4
Agradecimiento	5
Resumen	12
El Problema	14
Problema General	18
Problemas Específicos.....	18
Objetivo General	18
Objetivos Específicos	19
Justificación y Viabilidad.....	19
Justificación.....	19
Viabilidad	20
Marco Teórico	22
Antecedentes de la Investigación	22
Marco Histórico.....	29
Marco Filosófico	32
Bases Teóricas	34
Calidad de Servicio	34

Satisfacción	48
Marco Conceptual	57
Calidad de Servicio	57
Satisfacción	57
Metodología de la Investigación	59
Tipo de Estudio	59
Diseño de la Investigación	59
Población y Muestra	60
Población	60
Muestra	60
Formulación de Hipótesis	61
Hipótesis General	61
Hipótesis Específicas	61
Técnica e Instrumentos de Recolección de Datos	62
Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	63
Resultados y Discusión	64
Resultados	64
Discusión	95
Conclusiones y recomendaciones	104
Conclusiones	104

5.2. Recomendaciones	106
Referencias	110
ANEXOS.....	128

Índice de Tablas

Tabla 1 Definiciones Cronológicas de Satisfacción.....	30
Tabla 2 Modelos de la Calidad de Servicio.....	40
Tabla 3 Coeficiente del Alfa de Cronbach	61
Tabla 4 Datos Sociodemográficos	62
Tabla 5 Nivel de Calidad de Servicio y Satisfacción.....	66
Tabla 6 Valores de los Niveles de la Variable Calidad de Servicio y sus Dimensiones	67
Tabla 7 Niveles de la Variable Calidad de Servicio y sus Dimensiones	71
Tabla 8 Valores de los Niveles de la Variable Satisfacción y sus Dimensiones.	72
Tabla 9 Nivel de Satisfacción y sus Dimensiones	75
Tabla 10 Escala de Respuesta de las Dimensiones de la Variable Calidad de Servicio.....	79
Tabla 11 Escala de Respuestas de las Dimensiones de la Variable Satisfacción.....	81
Tabla 12 Prueba de Normalidad de la Variable y sus Dimensiones	82
Tabla 13 Relación Entre Calidad de Servicio y Satisfacción	84
Tabla 14 Relación Entre la Calidad de Servicio y los Aspectos Académicos	86
Tabla 15 Relación Entre la Calidad de Servicio y Aspecto Tecnológico	87
Tabla 16 Relación Entre Calidad de Servicio y el Aspecto social.....	88
Tabla 17 Relación Entre Calidad de Servicio y Aspecto Espiritual	89
Tabla 18 Grado de Satisfacción Entre la Calidad de Servicio y los Aspectos relacionados con el Profesor Online	91
Tabla 19 Grado de Satisfacción Entre la Calidad de Servicio y los Aspectos Relacionados con el Contenido.....	91

Tabla 20 Grado de Satisfacción Entre la Calidad de Servicio y los Aspectos Relacionados con la Comunicación	91
Tabla 21 Grado de Satisfacción Entre la Calidad de Servicio y los Aspectos Relacionados con el Entorno Virtual de Enseñanza	92
Tabla 22 Grado de Satisfacción Entre la Calidad de Servicio y los Aspectos relacionados con la Espiritualidad.....	93
Tabla 23 Grado de Satisfacción de la Empatía	93
Tabla 24 Grado de Satisfacción de la Fiabilidad	94
Tabla 25 Grado de Satisfacción de la Seguridad	94
Tabla 26 Grado de Satisfacción de la Capacidad de Respuesta.....	94
Tabla 27 Grado de Satisfacción del Contenido del Sitio Web.....	95

Índice de Figuras

Figura 1 Dimensiones y Atribuciones del Modelo SERQUAL.....	39
---	----

Resumen

El objetivo de esta investigación fue analizar en qué medida se relaciona la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020. El estudio fue de tipo descriptivo-cuantitativo, con diseño transversal, de alcance correlacional no experimental, y en él participaron 170 estudiantes. El instrumento que se usó fue un cuestionario. Para efectos de procesamiento de la información, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman. De ese modo, se concluyó que existe una relación significativa de 0,865 entre las variables analizadas, es decir, en la medida en que se mejore o descuide la calidad de servicios, el nivel de satisfacción de los estudiantes aumentará o disminuirá, según sea el caso, ya que están directamente relacionadas. Por ello, se recomienda que la Universidad Peruana Unión evalúe constantemente la calidad de sus servicios respecto a sus dimensiones: empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y contenido del sitio web, para asegurar la satisfacción de sus estudiantes concerniente a los aspectos relacionados con el profesor, contenido, comunicación, entorno virtual de enseñanza y aspecto espiritual.

Palabras clave: Calidad de servicios, satisfacción, estudiantes, dimensiones

Abstract

The objective of this research was to analyze to what extent the quality of services and the satisfaction of students belonging to the Faculty of Human Sciences and Education, of the Peruvian Union University are related in time of COVID-19, Lima 2020. The study was descriptive-quantitative type, with cross-sectional design, non-experimental correlational scope. The instrument used was a questionnaire, in which 170 students participated. For information processing purposes, the Spearman correlation coefficient was used. Thus, it was concluded that there is a significant relationship of 0.865 between the variables analyzed. That is, to the extent that the quality of services is improved or neglected, the level of student satisfaction will increase or decrease, as the case may be, since they are directly related. Therefore, it is recommended that Universidad Peruana Unión constantly evaluate the quality of its services (regarding its dimensions: empathy, reliability, security, responsiveness and website content) to ensure the satisfaction of its students (regarding the aspects related to the teacher, content, communication, virtual teaching environment and spiritual aspect).

Keywords: Quality of services, satisfaction, students, dimensiones

CAPÍTULO I

El Problema

Identificación del Problema

Desde la llegada del coronavirus y su rápida expansión, todo ha cambiado. El mundo ha tenido el reto de adaptarse a esta nueva modalidad de vida, han surgido la necesidad y obligación de crear nuevas formas de relacionarnos, trabajar e incluso estudiar. Las universidades están luchando por gestionar adecuadamente sus servicios a fin de brindar calidad y asegurar la satisfacción de sus estudiantes bajo una modalidad llamada “enseñanza remota de emergencia” (Costa; et al., 2020). Al respecto, los mismos autores Costa et al. (2020) afirman que la interrupción fragosa e inesperada de las actividades académicas genera consecuencias negativas a corto o largo plazo en todos los niveles académicos y aspectos concernientes que pondrían en peligro la calidad de sus servicios y afectar la satisfacción de sus estudiantes. Por su parte, De la Hoz et al., (2020) señalan que el escenario educativo está alterado debido a la pandemia, no obstante, los centros de educación superior universitaria deben mantener como objetivo brindar y asegurar una educación de calidad a sus estudiantes a fin de prepararlos para brindar un aporte de valor a la sociedad. Precisamente, una de las formas de determinar la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes, respecto a sus centros de formación, es acudiendo al ranking de universidades. Según un estudio realizado por Craig OCallaghan (2020), responsable de todos los artículos y guías publicadas en Top Universities y Top MBA, las 4 primeras mejores universidades son de Estados Unidos (Instituto Tecnológico de Massachusetss; Universidad Stanford; Universidad Harvard) y la primera universidad de Latinoamérica que se muestra primero en la lista es la Universidad de Buenos Aires (puesto 73 a nivel mundial), seguido de la Universidad Nacional Autónoma de México (puesto 113 a nivel mundial). Respecto a Perú, la

primera Universidad que se muestra en la lista de ranking es la Pontificia Universidad Católica del Perú (puesto 432 a nivel mundial); seguido de la Universidad Peruana Cayetano Heredia (puestos 701 a 750 a nivel mundial) y la Universidad Nacional de San Marcos (Puestos 801 a 1000 a nivel mundial). En los últimos años, los gobiernos y universidades han sumado esfuerzos por mejorar la calidad de sus servicios y asegurar la satisfacción de sus estudiantes, pero no han sido suficientes. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 2020).

En los países latinos, y principalmente en Perú, existe una clara muestra de desigualdad económica y social; la mayoría convive con una educación de baja calidad, conocimientos desactualizados, falta de acceso a la tecnología y, en muchos casos, docentes no especializados (Costa et al. 2020). Esta desigualdad es una de las causas por las que la calidad en los servicios educativos no satisface las necesidades y expectativas de los estudiantes (Fernández, 2012). Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020), la pandemia ha generado una tasa de desempleo significativa del 13.1% entre los meses de marzo a mayo del 2020, generando una crisis en la educación superior tecnológica y universitaria; muchos de los estudiantes o sus padres han quedado sin empleo y, como resultado, no han podido dar continuidad a los estudios. Al respecto, se pronunció el presidente de la Federación de Instituciones Privadas de Educación Superior y dijo que alrededor de 650 mil jóvenes han dejado de estudiar, de los cuales 350 mil provienen de universidades privadas y 300 mil de institutos (Ostoja, 2020). En esta crisis sanitaria, las más afectadas son las poblaciones socioeconómicamente vulnerables, ya que muchos de ellos no cuentan con los servicios básicos y menos con el servicio de internet que es vital en el desarrollo de clases para esta nueva forma de estudio. Todo eso ha llevado a la deserción de muchos estudiantes lo cual pone en riesgo el futuro de su nación (Unisef, 2020).

Álvarez Bottello et al. (2014) mencionan que es necesario tomar todas las medidas competentes para alcanzar la satisfacción de los estudiantes porque solo así se asegurará la supervivencia de la institución y se cumplirá el objetivo de formar profesionales competentes. Sin embargo, la realidad actual, desvelada por la COVID-19, muestra que algunas universidades no cuentan con plataformas digitales en condiciones calificadas para brindar un servicio de calidad, los docentes han duplicado su jornada de trabajo dictando cursos de su especialidad y ajenos a ella, existen dificultades en la comunicación digital, algunos alumnos están desertando por la insatisfacción en la calidad educativa que están recibiendo por esta nueva modalidad virtual. Razón por la cual los estudiantes no están satisfechos con la calidad de servicios que están recibiendo de sus centros superiores y hacen llegar sus reclamos (Bermúdez, 2020).

La Universidad Peruana Unión está licenciada por SUNEDU y no es la excepción frente al desafío de brindar calidad a sus estudiantes pese a la pandemia de la COVID-19. La Universidad Peruana Unión es una universidad privada perteneciente a la Iglesia Adventista del Séptimo Día, con 101 años de vida institucional y 24 carreras. La institución ha sufrido una reducción de estudiantes debido a la falta de recursos de sus estudiantes y por la incertidumbre de la calidad de servicios frente a este escenario desconocido. Asimismo, ha sufrido la disminución de sus ingresos, ocasionando la reducción de su personal docente lo que hace que la carga de cursos asignados aumente, dando lugar a una sobrecarga laboral, generando estrés y llevando a poner en riesgo la competitividad de enseñanza del docente; todo esto genera insatisfacción en sus estudiantes. Sumado a eso, los estudiantes perciben que sus docentes aún están tratando de adaptarse a las plataformas digitales y que, en el intento, hay fallas en el uso de la plataforma y baja velocidad de internet, lo que dificulta el aprendizaje. Además, la asistencia espiritual que caracteriza a esta universidad se ve limitada al mundo digital, puesto que en

tiempos normales los estudiantes reciben visitas pastorales a fin de encaminarlos en su desarrollo personal y hoy solo reciben consejería virtual pero el monitoreo se ve afectado, sus consejeros espirituales tienen dificultades para realizar el seguimiento deseado, lo que pone en riesgo el cumplimiento de uno de sus objetivos mayores: “Brindar una educación integral, educar para esta vida y la eternidad”. Tanto los administradores como los docentes y alumnos han tenido que adaptarse a este nuevo sistema educativo, pues es deber de la institución asegurar la calidad de sus servicios y lograr satisfacer a los estudiantes supliendo sus necesidades y expectativas. La satisfacción de los estudiantes es de vital importancia para la valoración de la calidad del servicio educativo, ya que evidenciará el nivel de calidad de servicios que brinda la UPeU.

Por lo expuesto se busca determinar en qué medida se relaciona la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Formulación del Problema

Problema General

¿En qué medida se relaciona la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020?

Problemas Específicos

- ✓ ¿En qué medida se relaciona la calidad de servicio y los aspectos académicos de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020?
- ✓ ¿En qué medida se relaciona la calidad de servicio y el aspecto tecnológico de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020?
- ✓ ¿En qué medida se relaciona la calidad de servicio y aspecto social de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020?
- ✓ ¿En qué medida se relaciona la calidad de servicio y el aspecto espiritual de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar en qué medida se relaciona la calidad de servicios y satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Objetivos Específicos

- ✓ Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y el aspecto académico de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.
- ✓ Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y el aspecto tecnológico de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.
- ✓ Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y el aspecto social de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.
- ✓ Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y el aspecto espiritual de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Justificación y Viabilidad

Justificación

Existe un aporte significativo al llevar a cabo la presente investigación. Desde un enfoque teórico, servirá de antecedentes para futuras investigaciones y permitirá ampliar los conocimientos de las variables en estudio: Calidad de servicio y Satisfacción. Su relevancia social involucra a actores como la propia universidad, puesto que le permitirá analizar y evaluar la calidad de sus servicios y posteriormente servirá de sustento para tomar medidas correctivas en busca de mejoras para asegurar la satisfacción de sus estudiantes. Como consecuencia de este actuar, los primeros beneficiados serán los alumnos, al recibir mejores servicios que brinde una educación integral: en el aspecto académico (manifestados en el mejoramiento del desempeño de

sus docentes y tutores, contarán con mejor preparación basados en un plan de estudios de calidad acorde a las necesidades del mundo laboral); físico (con la promoción de una educación que se preocupa por su desarrollo físico y le brinda las condiciones necesarias); social (permitiendo un círculo de relaciones interpersonales que contribuyan positivamente en su desarrollo personal y profesional) y espiritual (obteniendo una preparación integral que desarrolle su fe en Dios). La sociedad y las diversas empresas inmersas en ella serán también beneficiadas al contar con profesionales preparados en conocimientos y servicio a la comunidad, inculcados en valores y principios que hoy en día se ven tan escasos. Respecto a las implicaciones prácticas de esta investigación, además de brindar información respecto a la calidad de servicios y el nivel de satisfacción que tienen los estudiantes de la Universidad Peruana Unión en estos tiempos de pandemia, servirá de base para determinar en qué dimensión de la calidad de sus servicios necesitan mejorar fiabilidad, seguridad, contenido en el sitio web o empatía y en qué dimensión los estudiantes están menos satisfechos: Aspectos generales de la asignatura, aspectos relacionados con el profesor-tutor online aspectos relacionados con el contenido, aspectos relacionados con la comunicación, aspectos relacionados con entorno virtual de enseñanza o aspecto espiritual. Además de eso, le permitirá a la universidad medir su nivel de preparación y su capacidad de respuesta frente a los cambios drásticos como el que nos ha tocado vivir y realizar las evaluaciones correspondientes para mejorar sus sistemas tecnológicos, el desempeño de sus docentes y, en líneas generales, la calidad de sus servicios para generar mayor satisfacción en sus estudiantes.

Viabilidad

El proyecto reúne características, condiciones técnicas, operativas y de financiamiento que aseguraron el cumplimiento de las metas y objetivos y el tiempo estimado de la

investigación se desarrolló en el tiempo aceptable. Por lo antes mencionado, se consideró que el presente estudio sí fue viable.

CAPÍTULO II

Marco Teórico

Antecedentes de la Investigación

A continuación, se muestran diversas investigaciones realizadas en diferentes contextos geográficos y temporales respecto a las variables en estudio.

Antecedentes Internacionales

Pecina (2019) realizó una investigación denominada “Calidad educativa y su impacto en la satisfacción del estudiante universitario” con el objetivo de determinar el nivel de la calidad educativa y su impacto en la satisfacción de los estudiantes del quinto semestre de Enfermería en una universidad pública. Su estudio correspondió a una investigación descriptiva transversal cuya muestra fue de 74 estudiantes. La investigación concluyó que un 1.5% de los alumnos estuvo satisfecho y un 9% totalmente satisfechos, un 29.5% fue indiferente y un 15.8% insatisfecho. En cuanto a la calidad educativa, un 37.9% estuvo de acuerdo, un 10.5% totalmente de acuerdo, un 35.3 fue indiferente y un 12.3% estuvo en desacuerdo. Además, concluyó que la relación entre la calidad y la satisfacción fue de 0.432 de Pearson, lo que indicó una correlación positiva.

Por su parte, Surdez et al. (2018) llevó a cabo una investigación titulada “Satisfacción estudiantil en la valoración de la calidad educativa universitaria”, cuyo objetivo fue identificar la satisfacción de los estudiantes en cuanto a los programas de pregrado desarrollados en los Centros de Ciencias Económicas Administrativas y de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Pública de México. El estudio fue de tipo no experimental, transversal, descriptivo y correlacional, con un enfoque cuantitativo. Participaron 7676 estudiantes que fueron sometidos a responder un cuestionario diseñado en la escala de Likert. La investigación concluyó que hay

áreas de oportunidad que deben ser fortalecidas a fin de mejorar la satisfacción de los estudiantes, también mencionó que los alumnos están menos satisfechos con la infraestructura que les ofrecen los centros. Sin embargo, resalta que los alumnos recibieron buen trato de sus tutores que aportaron con eficiencia a su desarrollo profesional.

También, Araya (2017) publicó una investigación denominada “Calidad de servicio en educación superior a distancia”. El objetivo fue proponer, desarrollar y validar una escala de medición sobre la percepción de los estudiantes en educación superior a distancia respecto a la calidad del servicio de las universidades y el impacto del nivel de satisfacción sobre las intenciones del comportamiento. El estudio fue experimental y aplicó una encuesta validada de forma cualitativa mediante una entrevista y focus group en el que participaron 688 estudiantes del nivel superior a distancia. La investigación concluyó con el aporte de dos herramientas: la primera fue DIHEQS que mide la calidad de servicio; y la segunda fue SATSIB que mide la satisfacción. Así mismo, concluyeron que ambos instrumentos de medición están relacionados entre sí y que el nivel de satisfacción tiene un fuerte impacto positivo en la fidelización, retención y en la disposición a pagar.

Asimismo, Salazar y Cabrera (2016) llevaron a cabo un estudio titulado “Diagnóstico de la calidad de servicio en la atención al cliente en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador” Su objetivo fue determinar la calidad de servicio en los procesos de matrícula de los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo en Ecuador. El estudio fue descriptivo transversal y se aplicó una encuesta mediante el modelo SERVQUAL. La investigación concluyó que la percepción de los estudiantes en cuanto a la calidad de servicios difería mucho con la realidad. Además, el índice de Calidad de Servicio (ICS) no guardó relación directa y tampoco tuvo una relación positiva con la satisfacción. Asimismo, la dimensión de elementos

tangibles fue la que mejor percepción ha recibido, pero la dimensión capacidad de respuesta fue la que menos aceptación obtuvo. En resumen, los clientes no estuvieron satisfechos con el servicio que recibieron.

Suasti (2018), por su parte, desarrolló una investigación denominada “Satisfacción de los estudiantes de la enseñanza superior con las clases virtuales - un estudio en la Universidad Técnica de Manabí- Ecuador”, cuyo objetivo fue conocer la satisfacción de los estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí respecto al uso de las aulas virtuales. El estudio fue descriptivo y contó con la interacción de 155 estudiantes junto a 3 docentes quienes participaron de un cuestionario y una entrevista. La investigación concluyó que el aula virtual es el medio por el cual los estudiantes mejoran su nivel académico con la participación interactiva de foros en videos, pero el nivel de satisfacción de los estudiantes se ve afectada porque muchos de ellos no tienen computadoras habilitadas, cuentan con baja velocidad de internet y eso afecta significativamente el desarrollo del aprendizaje.

Mancilla et al. (2019) también realizaron un estudio sobre “Satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación e índice de retención en UICUI”, con el objetivo de establecer la correlación entre el grado de satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación e índice de retención en la Universidad de Ixtlahuaca. La investigación fue correlacional y participaron 1880 estudiantes que fueron sometidos a responder un cuestionario. El estudio concluyó que los estudiantes se sienten más satisfechos con relación a la subdimensión llamada sistema de trabajo donde percibieron que los contenidos de los programas, los materiales usados en el aprendizaje, los medios audiovisuales, la preparación de los docentes y su metodología fueron adecuados.

Antecedentes Nacionales

Ferrerira (2018) llevó a cabo una investigación titulada “La calidad de los servicios educativos y la satisfacción del estudiante extranjero de la Universidad Peruana Unión, Lima, 2017”, con el objetivo de determinar la relación del nivel de la calidad en los servicios con la satisfacción percibida por los estudiantes del exterior de la Universidad Peruana Unión en el 2017. El estudio fue no experimental y de diseño correlacional, se utilizó a la encuesta como técnica y como instrumento se utilizó el cuestionario. La investigación muestra que a fin de medir la calidad del servicio se usó el instrumento SERVQUAL que fue adaptado a la realidad de la universidad. Así mismo, para medir a la variable satisfacción se usó el NPS de Reicheld. La muestra estuvo conformada por 117 estudiantes extranjeros y, según sus respuestas, el estudio concluyó que ambas variables se relacionaron fuertemente en 0.614.

Por su parte, Florian y Soto (2018) realizaron una investigación titulada “Calidad de servicio y la satisfacción del estudiante en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, Lima-2018”, cuyo objetivo fue determinar en qué medida se relacionaban la calidad de servicios con la satisfacción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión Lima-2018. La investigación corresponde a una investigación cuantitativa-descriptiva, correlacional, no experimental y trasversal. La muestra estuvo conformada por 235 estudiantes quienes participaron del instrumento Parasuman y Berry para medir la calidad de servicio, y para medir la satisfacción se utilizó un instrumento presentado por Jiménez Gonzáles, A., Terriquez Carrillo, B., y Robles Zepeda, F. (2011). La investigación concluyó que la calidad de servicios y la satisfacción se relacionan de manera significativa y directa en $Rho=0.780$ y el p valor es igual a 0.000 ($p < 0.05$), es decir, la satisfacción de los estudiantes mejora en la medida en que mejora la calidad

del servicio. Además, concluyó que la variable calidad de servicios con la unidad de aprendizaje, metodología, infraestructura, desempeño del profesor y con el desempeño del estudiante se relacionan de manera positivamente significativa en 0.692, 0.571, 0.597, 0.706, 0.669, respectivamente.

También Carrera (2017) realizó una investigación titulada “Calidad del servicio de las residencias universitarias y la satisfacción de los estudiantes interno de la Universidad Peruana Unión sede Lima, 2017”, con el objetivo de determinar la relación existente entre la calidad del servicio de las residencias universitarias y la satisfacción de los estudiantes que hacen uso del servicio de la Universidad Peruana Unión en el periodo 2017. La investigación fue descriptiva, correlacional, no experimental de diseño transversal. Para la recolección de datos se aplicó una encuesta en la que participó una muestra de 255 estudiantes de la residencia. El estudio concluyó que la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes internos de la residencia de la Universidad Peruana Unión se relacionaron de manera significativa y fuerte.

Además, Varela (2018) realizó un estudio titulado “Marketing interno y calidad de servicio de salud en la Clínica Americana, Juliaca, 2018”, cuyo objetivo fue determinar la influencia entre el marketing interno y la calidad de servicios de salud en la Clínica Americana de Juliaca. El tipo de estudio fue descriptivo y correccional de corte transversal. Para esta investigación se usó el muestreo no probabilístico por conveniencia que estuvo conformado por 188 trabajadores de las áreas administrativas, los mismos que respondieron el cuestionario de Zeithaml, Berry y Parasuraman. Los resultados revelaron que la relación entre el marketing interno y la calidad de servicios fue moderada en un 0.489. Además, concluyó que la calidad de servicios se debe gran parte al capital humano, es decir, los clientes esperan encontrar respuestas

en el personal que los atiende y desean ver la disposición de servicio de manera eficiente y eficaz y esperan una atención personalizada.

En la misma línea, De la Cruz Vargas (2017) llevó a cabo la investigación titulada “Calidad de servicio, satisfacción y lealtad, en los estudiantes de la Universidad Peruana Unión, 2016” con el objetivo de determinar la relación existente entre la calidad del servicio educativo y la satisfacción, y la relación entre la satisfacción y la lealtad según la percepción de los estudiantes del cuarto y quinto año académico de la Universidad Peruana Unión durante el 2016. La investigación fue de tipo no experimental con un diseño correlacional. La muestra estuvo conformada por 338 alumnos que se sometieron a una encuesta como técnica de investigación y a un cuestionario como instrumento. El estudio concluyó que la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes fue muy alta y de tipo directo. Además, la relación entre la satisfacción y la lealtad de los alumnos fue moderada y de tipo directo.

Finalmente, Boullosa et al. (2017) realizaron una investigación titulada “Satisfacción del uso del aula virtual en estudiantes de segunda especialización del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público del Ejército”, con el objetivo identificar y comparar la satisfacción del uso del aula virtual de los estudiantes de programas de segunda especialización. La investigación fue no experimental, transversal, descriptiva y comparativa. Además, tomó una muestra no probabilística de 123 estudiantes quienes participaron de un cuestionario llamado Distance Education Learning Environments Survey (Sp-DELES). Los resultados reportaron que un 91% estuvo satisfecho con la experiencia del aula virtual, dado que el aula virtual ha sido un medio fundamental para el desarrollo de las clases y ha favorecido significativamente en el logro de los objetivos de aprendizaje.

Calidad de Servicio

La calidad en los productos y servicios se remonta a muchos años atrás. A decir verdad, la calidad y exigencia de esta siempre ha existido desde el origen de la humanidad. Estuvo presente en pequeñas actividades de supervivencia, desde la invención de la honda, que le permitió al ser humano cazar animales para su consumo, exigiendo piedras del mismo tamaño, para lo cual debía ser minucioso al momento de la selección; hasta en acciones más complejas como la creación del Código de Hammurabi (1700-1800 A.C) en la que se recogían partidas que hacían referencia a las especificaciones y características que se necesitaban para los trabajos y, en su contraparte, se especificaban los castigos al no ser ejecutados. Ya en el siglo XII se consideraba que los propios fabricantes o dador de los servicios “eran dueños de sus negocios” pues, ellos mismos fijaban sus precios y se aseguraban que el producto o servicio cumpla con las exigencias que se esperaba (Penacho, 2000). Sin embargo, Romero Zúiga et al. (2016) señalan que las organizaciones de ese entonces no analizaban las necesidades de sus clientes debido a que la demanda era superior a la oferta, por lo tanto, la única preocupación era vender. Con el paso del tiempo, la historia da lugar a la revolución industrial, acontecimiento que dio un giro enorme a la calidad. El trabajador lograba su producto o servicio final con la ayuda de las maquinarias, lo cual le permitía la producción de mayores cantidades. Sin embargo, debido al alta demanda y oferta del mercado se debía diseñar una forma de asegurar la calidad (Roman, 2016). Frente a tal necesidad, por los años de 1924 W.A. Shewhart de Bell Telephone Laboratories diseñó e implementó una gráfica estadística a fin de controlar las variables que intervienen en un producto, dando lugar a la era del control estadístico de calidad (Montalvo, citado por Domínguez, 2006). Es a mitad del siglo XX, cuando se establece el concepto de calidad tal como actualmente se conoce (Penacho, 2000) y se designan varios nombres, tales como: planificación

de calidad, análisis de costos de calidad, control de calidad, ingeniería de confiabilidad, cero defectos, mejora continua de calidad métodos de Taguchi, benchmarking competitivo, Six Sigma (Gryna et al. 2007). Durante el siglo XX, Juran, Deming, Feigenbaum, Crosby e Ishikawa fueron los más destacados en aportar conocimientos en la calidad. Por ejemplo, Juran presenta un esquema operativo de tres procesos de calidad: planeación, control y mejora de calidad. Además, resalta establecer el equilibrio entre conceptos gerenciales, estadísticos y tecnológicos de calidad (Penacho, 2000). Es importante señalar que en la segunda guerra mundial se crearon las primeras normas de calidad Z, usados en los armamentos militares de Estado Unidos, que le dio el éxito y preservó la vida de muchos de sus soldados. Así mismo, Gran Bretaña creó el sistema de normas 600 para la milicia e Inglaterra dio origen a la creación de las normas de calidad 1008 “las cuales garantizaban estándares de calidad en su armamento y equipos” (Borré, 2013). Así mismo, con el paso del tiempo, la necesidad de mejorar la calidad, fue incrementándose, razón por la cual, en 1946 se funda la Sociedad Americana de Calidad “dedicado a difundir la cultura de calidad, sus técnicas y filosofías a nivel mundial” (Sociedad Americana de Calidad, 2001). Según Ishikawa (citado por Carrera, 2017) mencionó que este organismo, ayudó en la organización de las industrias japonesas, aplicando el control de calidad. Además, Borré (2013) afirma que la participación de Japón, Estados Unidos e Inglaterra y Alemania, fue muy relevante, para impulsar la exigencia de la calidad en el desarrollo industrial. Tal y como se muestra, la calidad es necesaria en todas las empresas, independientemente del giro de negocio, por eso, Joseph Juran tuvo como iniciativa impulsar el control de calidad en todas las organizaciones (Carrera, 2017). En tal sentido, en la actualidad, los clientes son más exigentes y presentan nuevas necesidades, por ello, las organizaciones deben mejorar constantemente la calidad de sus productos o servicios, buscando siempre la excelencia para el logro de resultados sostenibles que

aporten al desarrollo de la sociedad en términos de satisfacción y dinamicen favorablemente la economía del país al que representan.

Satisfacción

Audrain y Evrard (2001) refieren que en los años setenta se empezó a hablar de satisfacción al cliente. Según los investigadores Velázquez et al. (2001), el interés estaba centrado en determinar las variables que participaban en el proceso del logro de la satisfacción en un cliente. Para Oliver (1991), las investigaciones de satisfacción básicamente eran una evaluación cognitiva que comprendían la valoración de los productos o servicios otorgados, verificación de las expectativas del cliente, su experiencia y emociones. Fue así que en los años setenta se realizó y publicó más de 500 estudios sobre satisfacción (Ceras y Rios, 2015). En los años ochenta el interés se amplió para analizar los procesos inmersos que finalmente lograrían la satisfacción de los clientes, además se empezó a evaluar las consecuencias y efectos de lograr que el cliente esté satisfecho (Moliner et al. 2001). Sin embargo, para Yi (1993), pese a las muchas investigaciones realizadas sobre satisfacción hasta ese entonces, no había un consenso general de aspectos como conceptos, mediciones y definiciones. Así mismo, Giese y Cote (2000) refieren varias definiciones de satisfacción a lo largo de la historia, la misma que ha sido ordenada cronológicamente para efectos de esta investigación.

Tabla 1

Definiciones cronológicas de satisfacción

Investigadores	Definición
Howard, J. y Sheth, J. (1969)	La satisfacción tiene lugar después del consumo del producto o uso servicio. Es un estado cognitivo de la adecuación o inadecuación derivado de la recompensa adquirida.
Hunt, H.K. (1977)	Es una evaluación de la experiencia de consumo para determinar si fue tan buena como se esperaba, es decir si se superan las expectativas.

Oliver, R.L (1981)	Es un estado psicológico que resulta de las expectativas versus la experiencia de consumo.
Swan, Frederick, y Carroll (1981)	Es un juicio cognitivo que evalúa al producto o servicio para analizar si su consumo o uso brinda resultados favorables o no o si el producto o servicio es sustituible o no.
Churchill y Surprenant (1982)	Es una respuesta a la compra de los productos y/o uso de los servicios derivados de las comparaciones que hace el consumidor, de las recompensas que recibe y el coste de la adquisición de estos para luego contrastarlos.
Westbrook y Reilly (1983)	Es una respuesta emocional resultado de un proceso evaluativo-cognitivo donde se comparan los bienes o servicios adquiridos con las necesidades y deseos del individuo para analizar si estos últimos fueron cubiertos.
Cadotte, Woodruff y Jenkins (1987)	Es una sensación que surge a partir de la evaluación de una experiencia de uso.
Tse, Nicosia y Wilton (1990)	Es una respuesta del consumidor luego de su evaluación respecto al uso de los servicios o bienes y el contraste de sus expectativas.
Westbrook y Oliver (1991)	Es un juicio evaluativo luego de una compra específica.
Bachelet (1992)	Es una reacción emocional del consumidor en respuesta a su experiencia con un servicio o producto.
Mano y Oliver (1993)	Es una respuesta del consumidor resultado de factores cognitivos y emocionales surgidos como resultado de la compra de un producto o consumo de un servicio.
Ostrom y Iacobucci (1995)	Es el juicio del cliente basado en su experiencia de compra considerando cualidades, beneficios y costos.
Oliver (1997)	Es el juicio del cliente posterior a la compra o consumo de un bien o servicio.

Fuente: Giese y Cote (2000)

Respecto a la evolución de la forma cómo se ha definido a la “Satisfacción del cliente”, Morales y Hernández (2004), indican que, para la mayoría de los autores, la satisfacción implica:

- La presencia de objetivos que el consumidor desea alcanzar.
- El logro de los objetivos del consumidor toma como punto de referencia un estándar de comparación.
- Para el proceso de evaluación y calificación de la satisfacción se requiere la mediación de un resultado y un estándar de comparación.

Hernández también refiere que la satisfacción es un proceso cognitivo y una experiencia emocional. Es cognitivo porque se evalúan criterios de calidad, expectativas, necesidades, etc. y es emocional porque se hace una evaluación emocional luego de haber recibido el bien o servicio.

Marco Filosófico

En Daniel 3: 26-45, revela la historia de Daniel y su muestra de calidad en su servicio al Rey Nabucodonosor. La vida de Daniel muestra que en su actuar y actos de servicio mostraba fiabilidad cumpliendo con sus deberes y tratando de evitar errores; inspiraba seguridad al demostrar capacidad para ser efectivo con sus funciones y era amable en todo momento; tenía la habilidad de presentar sus argumentos muy bien sustentados, con elocuencia y coherencia; mostraba siempre empatía sobre todo en momentos en las que el rey requería de sus servicios o presentaba alguna necesidad. Por ejemplo, uno de los relatos de Daniel revela el Rey Nabucodonosor quedó gratamente sorprendido con la intervención de Daniel en la interpretación de un sueño que el rey mismo no recordaba. Dicho suceso superó las expectativas del rey, cubrió sus necesidades y deseos. Nabucodonosor al percibir la dependencia de Daniel en su Dios, al notar un servicio de calidad y haber quedado satisfecho con la respuesta, hizo de Daniel su

servidor de confianza en asuntos delicados de tratar. Esta forma de brindar servicio y asegurar la satisfacción es un ejemplo práctico de lo que debería pasar en toda organización, es decir, se requiere de compromiso, humildad, respeto, tenacidad para enfrentar los desafíos, capacidad para asumir riesgos y buenas relaciones interpersonales. A propósito, Rojas et al. (2020) mencionan que brindar calidad de servicio y lograr satisfacer las necesidades es una de las tareas más difíciles e importantes de toda empresa, pero es parte de la responsabilidad social con los clientes. En ese sentido, se requiere de colaboradores comprometidos, con ideales nobles y humanísticos, empáticos y que se comprometan con la entidad y con los clientes (De la Hoz et al. 2020).

Así mismo, De White (2020) refiere que Dios espera y desea que cada individuo sea un obrero, ha de aceptar la obra que sido puesta a su cargo y ha de realizarla fielmente. No deberíamos descuidar o ignorar, pues su cumplimiento de nuestra responsabilidad como administradores de este mundo implica el bienestar de alguna persona, descuidar esa misión puede ser la perdición de alguien por quien Cristo también murió. Bajo esta premisa, la Universidad Peruana Unión brinda una formación cristiana y los docentes son los llamados a formar el desarrollo profesional de sus estudiantes, pero también su desarrollo espiritual.

En resumen, brindar calidad de servicio y lograr satisfacer a los clientes debe formar parte de la cultura organizacional de toda entidad y debe contar con la preparación oportuna del capital humano, ya que su participación es fundamental en la experiencia con el cliente y algunas veces es el único medio por el que el cliente tiene contacto directo con la empresa.

Bases Teóricas

Calidad de Servicio

Definición. Pizzo (citado por Mateos de Blanco, 2019) define la calidad de servicio como la capacidad que demuestra la empresa de brindar un servicio ágil, correcto y confiable. Así mismo, Vaca et al. (2016) menciona que el fin de la calidad de servicio es suplir las necesidades de sus clientes y superar sus expectativas. La calidad de servicio está dada en función a la seguridad, confiabilidad y servicio prestado (López, 2005). Cuando esto sucede, se generan mejoras en la calidad de servicio creando mayores ingresos y disminuyendo los costos en la organización. Puesto que, se establecen vínculos favorables entre la empresa y los clientes, generando experiencias satisfactorias (Prieto et al. 2016). Por ello, todos los miembros de la empresa están llamados a trabajar en el logro de los objetivos; descuidarse de ello implicaría poner en riesgo las metas de la empresa (Mateos de Blanco, 2019).

Calidad de Servicio en la Educación. Espada et al. (2020) afirman que la COVID-19 está probando la capacidad de adaptación de las personas y de todas las empresas. Por eso, las universidades, a fin de brindar una calidad en sus servicios, deben considerar las principales implicaciones y desafíos que está generando la pandemia del coronavirus, así como las decisiones que se va a tomar para renovar sus compromisos de responsabilidad y su propósito con sus estudiantes (Martin y Reyes, 2020).

Importancia de la Calidad de Servicio. No cabe duda que la calidad en el servicio es importante, de ella depende la permanencia en el mercado. Por esa razón, la calidad de servicio está presente en la mente de los directivos que siempre están buscando cómo mejorarla, partiendo desde la implementación de los procesos de sus organizaciones a fin de contribuir con

la realización del ser humano (Yovera y Rodríguez, 2018). En ese sentido, considerando a las Universidades como un organismo empresarial o unidad económica, presentamos algunas razones que justifican la importancia de la calidad en los servicios.

- ✓ Asegura el éxito de la organización (Vaca et al. 2016).
- ✓ Brinda una buena atención al cliente, hace posible fidelizarlos y genera lealtad y establece vínculos con los clientes potenciales (Arellano, 2017).
- ✓ Generar diferenciación. “El servicio al cliente se convierte en pilar fundamental de subsistencia de las instituciones en el mercado” (Salazar y Cabrera, 2016).
- ✓ Cada vez hay más oferta, surgen varios modelos de negocios innovadores y si la calidad de servicio no es buena, existen gran posibilidad de perder a los clientes (Sotelo y Figueroa, 2017).
- ✓ Si no existe calidad en el servicio, el prestigio de la organización se ve gravemente afectado. Es decir, la calidad en el servicio es de vital importancia porque si esta no es buena o no satisface las necesidades del cliente, generará comentarios negativos, “lo negativo se hace más extensivo y potente que cuando un cliente queda satisfecho” (Mateos de Blanco, 2019).

Asimismo, Rojas et al. (2020) mencionan que es importante que los centros de educación superior aseguren la calidad de sus servicios porque solo así conseguirán sus metas organizacionales y las de sus estudiantes. Además, es importante porque esto asegura que el alumno genere un pensamiento crítico, creativo y desarrolle habilidades cognitivas que sea capaz de enfrentar los desafíos de la vida.

Beneficios de la Calidad de Servicio. Luna et al. (2018) señalan que las universidades tienen la necesidad de adecuar las estructuras institucionales a las necesidades particulares de la modalidad educativa en línea.

Las mejores prácticas de la calidad en el servicio brindan a las organizaciones (incluyendo los centros de educación superior) múltiples beneficios. Los cuales deben ser considerados a fin de darle la importancia y la prioridad que amerita. Según Arellano (2017), los beneficios abarcan “su participación en el mercado, productividad, costos, motivación de su personal, distinción frente a la competencia, así como lealtad y generación de nuevos clientes, entre otras ventajas” (Arellano, 2017, p. 77). Los beneficios, según el autor en mención, son:

- ✓ Mayor rentabilidad.
- ✓ Fidelidad.
- ✓ Venta de nuevos productos y/ servicios.
- ✓ Generación de nuevos clientes.
- ✓ Posicionamiento y valor de marca/empresa.
- ✓ Ventaja competitiva.

Elementos Generadores de Calidad en el Servicio. Según Arellano (2017), los tres participantes básicos de la calidad son la organización, el servicio y el cliente. Además, Arellano (2017) enfatiza que la interacción entre estos elementos y la forma cómo la empresa los direcciona, determinará el éxito o fracaso de la organización.

En este sentido, existen ciertos elementos que hace posible la excelencia en la calidad de servicio. A continuación, se muestran a los más resaltantes, según Mateos de Blanco (2019):

- ✓ Cortesía y amabilidad de los empleados.

- ✓ Dedicación del tiempo oportuno para cada cliente.
- ✓ Eficacia en la resolución de conflictos.
- ✓ Tiempo de espera de recepción de los servicios.
- ✓ Disposición de la organización para resolver problemas.
- ✓ Rapidez en la entrega de servicios.

Así mismo, Gastalver (2017), añadió a su lista:

- ✓ Puntualidad.
- ✓ Cualificación del personal.
- ✓ Que el compromiso se tal y como se pactó.
- ✓ Que el ciclo en la prestación en el servicio sea mínimo.

Algunos Modelos de la Calidad de Servicio. Existen varios modelos de evaluación para calidad de servicio que han presentado valiosas contribuciones. A continuación, se mencionan a los más principales, según Torres y Vásquez (2015):

Modelo Nórdico de Grönroos de 1984. Torres y Vásquez (2015) señalan que el modelo se debe a Christian Grönroos. Este modelo también se conoce como “Modelo de la imagen”, porque “relaciona la calidad con la imagen corporativa” (Monroy y Urcádiz, 2019).

En 1984, Grönroos propuso este modelo basado en tres componentes:

- ✓ Calidad técnica: Se refiere al servicio que el usuario ha recibido como resultado de la compra. Responde a la cuestión “qué”.
- ✓ Calidad funcional: Enfocado al “cómo”. Es decir, se centra en la experiencia del servicio y está relacionado a la forma cómo el personal ha brindado su servicio.

- ✓ Imagen corporativa: Se refiere a la percepción que la organización tiene frente al usuario, según la experiencia que se haya llevado. Es decir, es la imagen que la empresa se haya ganado frente al público.

Modelo Americano Service Quality (SERVQUAL) de Parasuraman, Zeithaml y Berry.

Según Torres y Vásquez (2015), este modelo fue desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1988. Inicialmente era de tipo cualitativo, basadas en preguntas que respondían a 10 dimensiones. En sus inicios, fue aplicada a empresas de servicios como “banca minorista, tarjetas de crédito, corredores de valores y reparación y mantenimiento de equipos”. De ahí surgió un “modelo conceptual de calidad del servicio fundamentado en la teoría de las brechas o Gaps (The Gaps Models of Service Quality)” explicando las brechas que existían entre las expectativas y la percepción de los usuarios y así podían analizar la calidad de sus servicios. En este marco, se identificaron las causas que originan un servicio de mala calidad a fin de analizar las posibles soluciones y ejecutarlas (Monroy y Urcádiz, 2019).

En sus primeros años, el modelo SERVQUAL, ha recibido varias críticas por los analistas de la calidad de servicio. Por lo que los investigadores Parasuraman, Zeithaml y Berry, en 1988, realizaron una investigación cuantitativa con análisis factorial y lograron simplificar sus dimensiones a 5 de ellas, entre las que están:

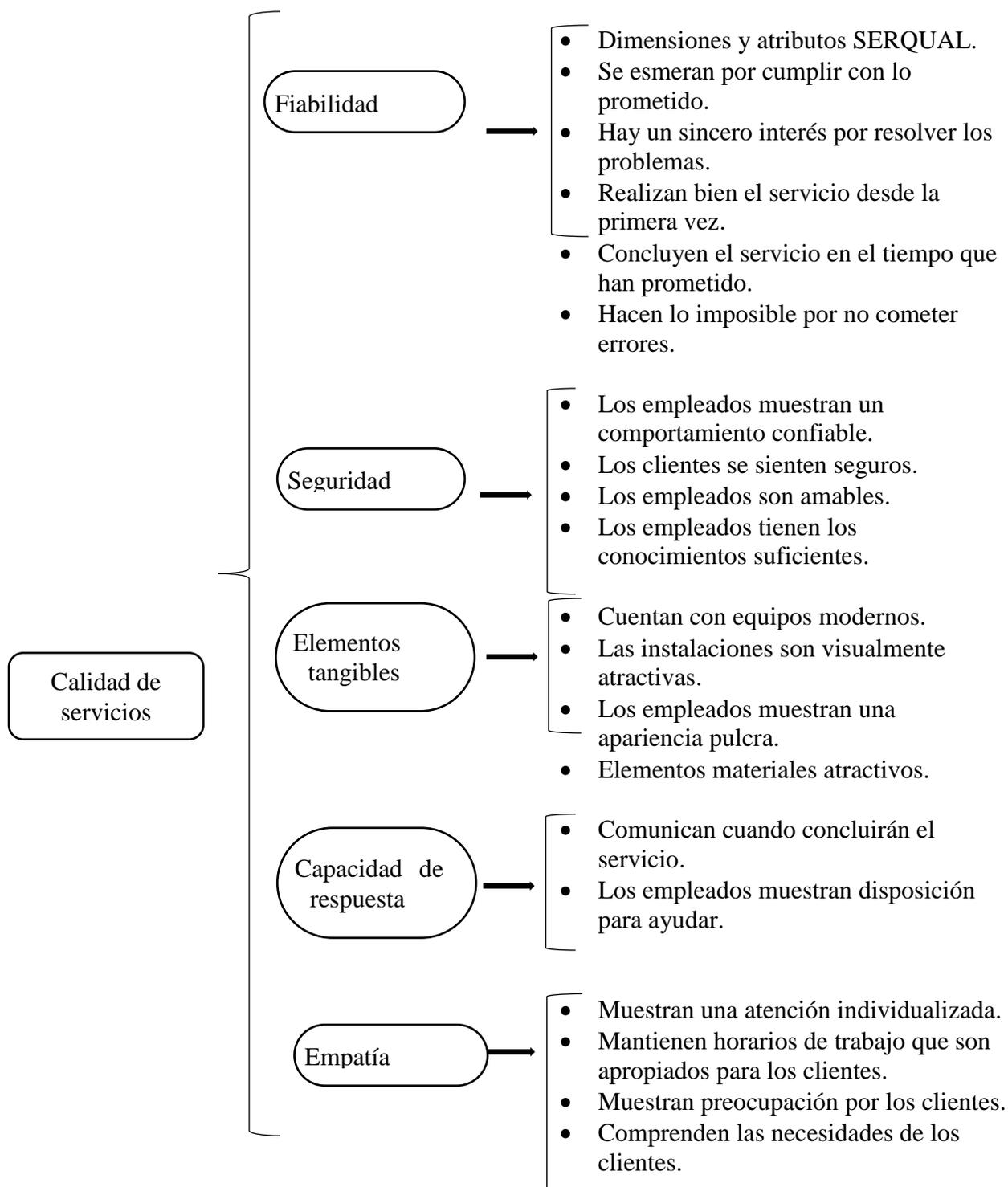
- ✓ Empatía.
- ✓ Fiabilidad.
- ✓ Seguridad.
- ✓ Capacidad de respuesta.
- ✓ Elementos tangibles.

Torres y Vásquez (2015) mencionan que este modelo ha sido utilizado en investigaciones para empresas como “salud (Hadwich y otros, 2010; Ajam y otros, 2014), supermercados (Rubio, 2014), educación universitaria (Villalba, 2013), hotelería (Ríos y San tomás, 2008; González y otros, 2013) y telecomunicaciones (Alnsour y otros, 2014)”.

A continuación, se muestran las dimensiones y atributos que comprende este modelo:

Figura 1

Dimensiones y atribuciones del SERQUAL



Modelo Service Performance SERVPERF de Cronin y Taylor (1992). Este modelo surge en el tiempo en el que el modelo SERVQUAL era duramente criticado, sobre todo, respecto a la escala de medición que usaba para medir las expectativas de los usuarios. Cronin y Taylor, en 1992, proponen el modelo SERVERF (Torres y Vásquez, 2015). Los investigadores, realizaron estudios empíricos en empresas de servicios y concluyeron que el modelo SERQUAL “no es el más adecuado para evaluar la calidad del servicio”. (Ibarra y Casas, 2015).

Para López et al. (2006), Cronin y Taylor (citado por Ibarra y Casas, 2015) este modelo presta todo su enfoque en la percepción del usuario, para medir y evaluar el desempeño del servicio. Se basa en las mismas dimensiones usadas por SERQUAL, “la única diferencia es que elimina la parte que hace referencia a las expectativas de los clientes”. Además, existe la posibilidad que las expectativas de los usuarios sean elevadas y por ende las valoren altas, generando que la diferencia entre expectativa y percepción sea abismal y no muestre la realidad (Torres y Vásquez, 2015).

Según Ibarra y Casas (2015), el modelo SERVERF presenta varias ventajas:

- ✓ Demanda menos tiempo para responder el cuestionario pues reduce el 50% de las preguntas, ya que se enfoca solo en la percepción del usuario.
- ✓ Genera resultados más certeros de la realidad, porque la valoración se enfoca solo en la percepción.
- ✓ La interpretación y análisis es más sencillo, pero no deja de ser relevante.

Así mismo, Torres y Vásquez (2015) señalan que este modelo presenta un “considerable apoyo teórico”. Además, según (Berdugo et al., 2016), el modelo SERVERF posee una superioridad psicométrica en comparación al modelo SERQUAL.

El Modelo Jerárquico Multidimensional de Brady y Cronin en 2001. El modelo de Brady y Cronin (citado por Torres y Vásquez, 2015) plantea tres dimensiones básicas: ambiente físico, calidad de los resultados y la calidad de interacción. Está basado en la percepción de los clientes sobre la calidad de servicio para evaluar el desempeño del servicio brindado en varios niveles.

Por su parte, Rubio (2014) presenta un resumen de los modelos que miden la calidad de servicio:

Tabla 2

Modelos de la calidad de servicio

Modelo de calidad de servicio	Dimensiones de la calidad de servicio
Grönroos (1984)	<p><i>Calidad técnica:</i> manifiesta lo que el cliente recibe como consecuencia de su interacción con la empresa de servicios.</p> <p><i>Calidad funcional:</i> establece la percepción del cliente concerniente a la interacción del servicio.</p> <p><i>Imagen:</i> se forma en base de los componentes técnicos y funcionales y es la basa para la visión de la empresa.</p> <p><i>Elementos tangibles:</i> es la apariencia de las instalaciones, equipos, personal y materiales de comunicación.</p>
Serqual-Parasuraman et al. (1988)	<p><i>Fiabilidad:</i> se refiere a la habilidad para realizar el servicio que se ha prometido de manera fiable y cuidadosa.</p> <p><i>Capacidad de respuesta:</i> es la disposición y voluntad para ayudar a los clientes y brindarles una atención rápida.</p> <p><i>Seguridad:</i> es la capacidad de mostrar e inspirar credibilidad y confianza.</p> <p><i>Empatía:</i> capacidad de los empleados por ofrecer una atención personalizada a los clientes.</p>
Servperf - Cronin y Taylor (1992)	<p>Está basado en las mismas cinco dimensiones que el modelo SERQUAL, pero solo considera las percepciones y no las expectativas.</p>
Rust y Oliver (1994)	<p><i>Diseño de la forma en la que se suministra el servicio en una ocasión específica:</i> se refiere a la interacción entre los empleados y los clientes concerniente a la prestación del servicio (Bitner et al., 1990).</p>

Diseño del ambiente del servicio: se refiere a las condiciones ambientales, distribución espacial y funcionalidad del entorno físico y señales, símbolos, etc. (Bitner, 1992).

Aspectos físicos: se relaciona con la dimensión tangible del modelo SERVQUAL, aunque ítems considerados son otros.

Fiabilidad: incluidos en la escala SERVQUAL en la dimensión tangibles, aunque no se mantienen los mismos ítems de la escala anterior.

Dabholkar et al. (1996). *Interacción personal:* Está relacionado con el trato que brinda el personal a sus clientes. La interacción personal está relacionada con dimensiones como seguridad, capacidad de respuesta y empatía comprendidos en la escala SERVQUAL.

Resolución de problemas: La resolución de problemas está comprendido en la dimensión fiabilidad y SERVQUAL pero para análisis más específico los investigadores lo consideraron como un factor independiente.

Fuente. Rubio, 2013

Calidad de Servicio por el Modelo SERVQUAL. Mateos de Blanco (2019) indica que, con el objetivo de ser más competitivos y mejorar su ofrecimiento y permanencia en el mercado, la calidad en los servicios y productos deben ir mejorando, a fin de brindarle una mejor experiencia al cliente. Para eso se necesita evaluar la calidad del servicio en las empresas. Tal como lo mencionan Torres y Luna (2017), los clientes son los mejores indicadores para evaluar la calidad de servicio, además López (2005) refiere que no todos tienen los mismos gustos o necesidades, pero en líneas generales su satisfacción es fundamental para establecer mejoras.

Luna et al. (2018) afirman que para mejorar la calidad en la enseñanza se debe considerar el contexto en el que se lleva a cabo el proceso de enseñanza y aprendizaje. Por esa razón, el modelo SERVQUAL determinará las dimensiones en estudios, tomando como referencia a Udo et al., (2011) quienes adaptaron el modelo SERVQUAL para evaluar la calidad de la experiencia de e-learning. De manera que se reemplazó la dimensión “Elementos tangibles” por “contenido

del sitio web”, ya que los estudiantes de la UPeU están desarrollando sus clases en la modalidad virtual. Por lo tanto, tenemos las siguientes dimensiones para el presente estudio:

- ✓ Empatía.
- ✓ Fiabilidad.
- ✓ Seguridad.
- ✓ Capacidad de respuesta.
- ✓ Contenido del sitio web.

A continuación, detallaremos cada una de las dimensiones:

Empatía. Zeithaml et al. (1992) refieren que la empatía es la atención individualizada al cliente. Se trata de una habilidad para comprender correctamente el mensaje, las emociones y deseos de la otra persona. Mateos de Pablo (2019) incluso habla de “entender su frustración” e indica que es el nivel máximo de la escucha activa. Incluso, Solano (2017) mencionó que la empresa, debe ser, hasta cierto punto flexible con sus clientes. La flexibilidad forma parte de la empatía, a fin de brindar soluciones más rápidas y eficaces (Gastalver, 2017). La empatía hace posible que los trabajadores individualicen sus atenciones, considerando que cada cliente tiene sus propias particularidades y exigencias. Por eso, además de entender las necesidades del público, la organización debe averiguar cómo satisfacerlas (Torres, 2018), es decir, se requiere contar con trabajadores proactivos, capaces de demostrar compromiso con las necesidades de los clientes y los objetivos de la organización (Solano, 2017). Muchas de las empresas ya están considerando al cliente como su principal activo, por lo que se les debe el máximo respeto. En tal sentido, no se debe olvidar que quien evalúa finalmente la calidad de servicio es el cliente. Son justamente ellos quienes determinarán el ciclo de vida de una organización. En muchos casos, el cliente lo único que necesita es ser escuchado con respeto, sinceridad y honestidad, esto hará que

se marche tranquilo, sin quejas y satisfecho (Mateos de Pablo, 2019) porque la sensación de insatisfacción muchas veces puede mitigarse si hay una respuesta coordinada y pronta (Goodman, 2014).

A todos los clientes les gusta sentirse importante y la empresa debe hacerle sentir eso, trabajando y dando realce a su ego y su autoestima. “Cualquier cosa que se haga para hacer que se sienta como un invitado especial será un paso en la mejora de la calidad en el servicio al cliente” (Arellano, 2017, p. 76). Dar aprecio y llevarse bien con los demás van de la mano, una persona no puede esperar que los otros sean amables cuando uno no sabe apreciar (Brinkman & Kirschner, 2018). A esto se suma la labor que tienen los trabajadores de esbozar cómo hacer que logren empatizar con los usuarios. Sobre todo, con “aquellos que aparentemente no tienen la razón”. Y, ese es el principal reto de quienes deseen dar buena calidad de servicio: “ser capaz de saber dar el trato adecuado a cada tipo de cliente, por muy difícil que sea este”(Mateos de Pablo, 2019). Así mismo, este mismo autor, mencionó que: “El cliente complejo es el que marca el nivel profesional”. Puesto que, es una forma de auto medición. Si el trabajador logra satisfacer las demandas de un cliente complejo, estará capacitado para enfrentar nuevos retos. Además, se debe considerar que hay gran preocupación a causa de la pandemia por coronavirus y esto genera mucha incertidumbre que en algunos casos desencadena un cuadro de estrés, por lo tanto, los docentes deben ser empáticos con sus estudiantes (Espada et al. 2020).

Fiabilidad. Según Hernández (2018), la confiabilidad es el compromiso consumado, es decir, el cumplimiento del compromiso que la empresa ha pactado con el usuario. Este cumplimiento debe llevarse a cabo con sumo cuidado (Yovera y Rodríguez, 2018), implica “profesionalismo y precisión” pues, si se llega a cometer un error, por mínimo que este sea, generará un efecto negativo y puede dañar la confianza que el usuario ha depositado en la

organización (Torres, 2018). Es importante que todos los que trabajan en la organización sean conscientes y reflexionen que el cliente no acepta excusas, más aún si estas son constantes. Si bien, muchas empresas tercerizan sus servicios, no les inhiere la responsabilidad que deben cumplir con sus clientes. Si lo hacen, daña la imagen corporativa, por ello, la organización debe controlar la eficiencia y efectividad de sus terceros para el cumplimiento de las tareas asignadas y así brindar una buena calidad en el servicio (Gastalver, 2017). Por esa razón, es conveniente y hasta imprescindible que la organización revise periódicamente sus políticas a fin de asegurar la calidad de servicio en el tiempo pactado y evitar inconvenientes (Solano, 2017). Para fortalecer la confianza en los clientes, es requisito indispensable que toda la organización se involucre en programas de aprendizaje a fin de asegurar la calidad en el servicio que brinda (Mateos de Pablo, 2019).

Seguridad. Zeithaml et al. (1992) mencionan que la seguridad se refiere a la atención y habilidades expuestas por los empleados para inspirar confianza y credibilidad. Para lograrlo, los trabajadores que brindan el servicio deben ser personas competentes. Al serlo, los clientes tendrán confianza y tranquilidad que el servicio que están por recibir será de calidad (Torres, 2018). Además de ser competentes, los colaboradores deben inspirar confianza y credibilidad, mostrar que el riesgo es bajo o, en el mejor de los casos, nulo (Yovera y Rodríguez, 2018). Para que esto sea una realidad, la organización debe preparar y capacitar constantemente a sus trabajadores para que ellos puedan responder adecuadamente a las solicitudes y despejar dudas de sus clientes (Mateos de Pablo Blanco, 2019). Es importante que los directivos recuerden que el capital humano es elemental y son su “motor productivo” (Rodríguez, 2016). Además, los trabajadores tienen el derecho de recibir las herramientas y buenas condiciones de trabajo para

fortalecer sus habilidades para el puesto de trabajo que aseguren la calidad en el servicio. De esta manera, brindarán seguridad en su público y realzarán la credibilidad de la empresa (Mateos de Pablo Blanco, 2019). Para que la universidad brinde seguridad a sus estudiantes, debe trabajar en la calidad de sus servicios, principalmente en la calidad de sus docentes, brindándoles recursos que hagan de su trabajo más eficiente y los capacite para brindar una formación con resultados académicos óptimos (Vivel et al., 2015).

Capacidad de Respuesta. Zeithaml et al. (1992) mencionaron que la capacidad de respuesta es la disposición del personal para prestar ayuda y servicio rápido a los usuarios y no solo rápido, la atención debe ser eficiente, porque el cliente es el “pilar fundamental” de la empresa (Salazar y Cabrera, 2016). La rapidez y eficiencia con la que responde la organización, le brindará solidez en el mercado (Sánchez y Sánchez, 2016). Por eso, los clientes necesitan que la organización esté disponible a atenderlos, tan prontamente cuando ellos presenten sus quejas o inquietudes (Hernández, 2018). En tal sentido, los trabajadores deben brindar respuestas claras a sus clientes, evitando el uso del lenguaje técnico. El buen comunicador debe adaptarse al lenguaje de su interlocutor, considerando su vocabulario, nivel sociocultural, necesidades y deseos (Mateos de Pablo, 2019).

Según Moreno (2012), para brindar un servicio de calidad, las universidades deben considerar que la educación en línea es una modalidad que requiere de estrategias organizacionales, metodológicas y tecnológicas que aseguren la buena comunicación entre los participantes del proceso formativo. Además, la empresa debe atenderlos con amabilidad, no hacerlo, pone en riesgo el logro de los objetivos de la empresa, la calidad de su servicio y la satisfacción de sus clientes (Solano, 2017). Para esto, el tono en la comunicación debe mantener un estilo adecuado, sin mostrar incomodidad, pese a que algunos requerimientos puedan, incluso,

ser absurdos (Hernández, 2018). Todo esto forma parte de la experiencia del usuario respecto al servicio recibido; por esa razón, The Customer in Context (citado por Deloitte Insights, 2019) pone de manifiesto que, en una encuesta sobre calidad de servicio, el 47 % “decía que abandonarían una marca que entregue experiencias pobres, impersonales, o frustrantes”.

Contenido del Sitio Web. El nuevo mercado educativo exige que las universidades se adapten a los nuevos ritmos y circunstancias (Quesada et al. 2017). Con el crecimiento de la era digital, las diversas organizaciones y principalmente las universidades han incorporado Tecnologías de Información y comunicación en sus diversos procesos de enseñanza para facilitar el aprendizaje de sus estudiantes (Luna et al. 2018). “La integración y uso intensivo de tecnologías digitales, en particular basadas en la web están transformando las universidades en todo el mundo” (Boelens et al. 2018) y precisamente el uso de los medios digitales es una de las características principales de la educación superior en la actualidad (Maureira et al. 2020).

Al respecto, (Alexander et al. 2019) refuerzan la idea de que los centros de educación superior han incorporado plataformas digitales en sus procesos de enseñanza, evaluación, cursos y conferencias lo cual hace que no pierdan el contacto con sus estudiantes y cada vez esta modalidad es más común.

Satisfacción

Definición. Kotler (2003) manifiesta que “el término satisfacción se refiere a las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto con sus expectativas”. En estos tiempos, debido a la dinámica del mercado, todo indica que los clientes son más exigentes en la evaluación de la calidad de los servicios y bienes que reciben, esto revela que las organizaciones necesitan ser más competitivas (Mejía y Manrique, 2011).

Thompson (2006) refiere que lograr la satisfacción de los clientes es un objetivo no solo del área de mercadotecnia u otra área que la represente, requiere e involucra a todas las áreas funcionales de las empresas.

Satisfacción del Estudiante. En los últimos años, las empresas de servicios se han visto en la urgencia de adaptarse a las nuevas exigencias del mercado y quienes la han hecho, han experimentado un importante crecimiento (Mejía y Manrique, 2011).

Los centros educativos, particularmente las universidades y centros de educación superior, también se vienen enfrentando a los cambios a nivel mundial, como por ejemplo, la globalización de la economía, incremento de la competencia y la búsqueda de la excelencia organizativa (Salazar y Cabrera, 2016).

Sin embargo, puede surgir la pregunta ¿Quiénes son los clientes en un centro de educación superior? Diferentes autores como Carvalho y de Oliveira Mota (2010), Ledden et al. (2011) y Simpson (2012) consideran que, en un centro de educación superior, el cliente es el estudiante, ya que él es el destinatario de la educación y servicios que provee la institución, esto es, el estudiante es el protagonista del proceso formativo (Troncoso et al. 2017). La satisfacción debe ser medida desde la participación del propio estudiante para que la institución incorpore los resultados a sus procesos de mejoras (Sánchez, 2018).

Bajo ese enfoque, Lent y Brown (2008) señalan que la satisfacción del estudiante es lograr su bienestar y disfrute en relación a su experiencia con la institución educativa, si un estudiante está satisfecho permanecerá leal a ella y será un buen referente para alcanzar a otros clientes (Lent et al. 2007). Por esa razón, para que una institución se mantenga en el mercado competitivo, es fundamental que se evalúe el nivel de satisfacción de los clientes, solo así identificará oportunidades de mejoras (Mejía y Manrique, 2011).

Importancia de Lograr la Satisfacción del Estudiante. Lograr la satisfacción del estudiante es importante para las instituciones universitarias porque es la única forma de captar más alumnos y fidelizarlos, pues de esto depende su supervivencia en el mercado económico (Gordillo et al. 2020). Por su parte, Sánchez (2018) realzó la importancia de medir la satisfacción de los estudiantes porque es la manera más fidedigna de mejorar los sistemas de calidad. Medir la satisfacción de los estudiantes ayudará en la mejora continua y permitirá la innovación educativa, orientará la toma de decisiones correctas, fortalecerá las fortalezas y subsanará errores mejorando los servicios académicos, técnicos y administrativos (Álvarez et al. 2014).

Dimensiones de Satisfacción al Estudiante. La globalización ha traído consigo tecnologías de información que facilitan el acceso y comunicación en el mercado universitario y se ha llevado a los alumnos a desarrollar clases en la modalidad virtual (Zambrano, 2016). Al respecto, Murillo y Duk (2020) mencionaron que es de interés principal que se analice el nivel de satisfacción con relación a los servicios que recibe el estudiante y si estos satisfacen sus expectativas, necesidades y deseos.

En tal sentido, para analizar la variable Satisfacción se han considerado las dimensiones propuestas por Llorente (2008). Estas dimensiones están supeditadas al objetivo del estudio y a la realidad de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión. Por esa razón se exoneró dos dimensiones del estudio original (Aspectos generales del alumno y Valoraciones globales) y se agregó la dimensión Aspecto espiritual. Así, tenemos las siguientes dimensiones que serán materia de estudio:

- ✓ Aspectos relacionados con el profesor-tutor online.
- ✓ Aspectos relacionados con los contenidos.
- ✓ Aspectos relacionados con la comunicación.

- ✓ Aspectos relacionados con el entorno virtual de enseñanza-aprendizaje.
- ✓ Aspecto espiritual.

Aspectos Relacionados con el Profesor-tutor Online. Para González et al. (2019), el aprendizaje de los estudiantes y su formación profesional está muy vinculada al desempeño de sus docentes. “Ser docente es una tarea compleja que requiere un entrenamiento específico y sistematizado para tener éxito”, los estudiantes de hoy esperan de sus docentes métodos no tradicionales y exigen que sean facilitadores de aprendizaje y no solo transmisores de información (Troncoso et al. 2017). El docente cumple varias funciones técnicas, académicas, organizativas, orientadoras y sociales. Además, es responsable de hacer el feedback con el alumno. Al respecto, Llorente (2008) manifiesta que el docente es responsable de ser el facilitador de aprendizaje para sus estudiantes, asume las veces de consejero y es el encargado de utilizar correctamente los recursos disponibles que haga posible una mejor experiencia en la formación. El docente asume funciones académicas, brinda información, responde dudas, explica los contenidos, encamina y corrige los trabajos delegados a los estudiantes para asegurarse que ellos alcancen el nivel cognitivo y moral adecuados. Además, es el responsable de establecer el calendario del curso, explicar y asegurar el cumplimiento de las normas de funcionamiento dentro del entorno de aprendizaje para lograr que los alumnos trabajen a un ritmo adecuado. Asimismo, la función social del docente es animar y estimular la participación dinamizando la formación activa y el trabajo en equipo, impulsa actividades para facilitar el conocimiento entre los mismos estudiantes y crear un entorno de comunicación asertivo.

La participación del docente demanda de competencias pedagógicas, metodológicas y tecnológicas (Sucerquia et al. 2016). Es vital analizar las prácticas del docente y la capacidad que tienen de satisfacer a sus estudiantes. Sobre todo, porque muchos de los docentes universitarios

no suelen ser profesionales de la educación y el ejercicio de su labor está asociada a su experiencia en la materia, no pedagógica (Troncoso et al. 2017).

En una educación con modalidad virtual, además de lo antes mencionado, es necesario que el docente tenga dominio de la tecnología y de su entorno virtual por el que se va a desenvolver y conocer metodologías propias de estos contextos para abordar los conocimientos que le competen. En tal sentido, los docentes de mayor edad no suelen familiarizarse con los medios digitales y eso genera retraso en el aprendizaje del estudiante (Sucerquia et al. 2016). Los docentes deben tener claro los objetivos de aprendizaje para los alumnos y relacionar sus enseñanzas teóricas con el mundo real, de tal manera que formen profesionales capaces de resolver conflictos (Gorbaneff, 2006). Sin embargo, no es posible que el docente comparta todos sus conocimientos con el alumno, gran parte depende de los mismos estudiantes para alcanzar el desarrollo en su profesión, “la única manera de responder al reto de la ampliación de las fronteras del conocimiento consiste en enseñar a los alumnos a aprender de manera autónoma” (Barbara y Deborah, 2006).

Aspectos Relacionados con el Contenido. Cabero y Llorente (2015) refieren que el concepto y la cosmovisión actual de educación comprende la conexión, mezcla y restructuración de la información. En ese sentido, McClary (2013) menciona que los contenidos de los cursos, correctamente sustentados en bases de investigación es esencial para el éxito de los procesos de aprendizaje en línea. El contenido debe ser actual y relevante, en la medida de lo posible se debe hacer uso de recursos demostrativos para cumplir con los objetivos de aprendizaje y afiance los contenidos.

Esta dimensión, según Llorente (2008), considera que la satisfacción de los estudiantes está relacionada con el hecho de que los contenidos presentados en las sesiones de

aprendizaje sean actuales, además, analiza la capacidad de comprensión por parte de los alumnos, la funcionalidad teórica y práctica en beneficio de la sociedad.

Sin embargo, según Gorbaneff (2006) los estudiantes muestran falta de interés o motivación y no buscan por sus propios medios investigar más para ampliar sus conocimientos ofrecidos en los textos presentados y esto consiste en una de las quejas más frecuentes de los docentes. Identificar oportunamente las causas de esta desidia por parte del estudiante permitirá detectar si es necesario hacer cambios en el plan curricular y el contenido que este promueve, hacer las medidas correctivas a fin de lograr satisfacer las expectativas de los estudiantes en el desarrollo de sus competencias y formación profesional (Pecina, 2019) porque no se debe perder el objetivo de brindar las oportunidades de aprender y aprender implica un cambio en la forma de ver y enfrenta la vida, una forma madura de pensar y procesar información siendo eficientes y eficaces en la aplicación de las habilidades para enfrentar los retos (Salgado, 2014).

De la misma manera que Llorente (2008), en esta dimensión determinaremos si los estudiantes están satisfechos con el contenido de las asignaturas, la claridad en el contenido y la funcionalidad de los trabajos solicitados. Barbara y Deborah (2006) manifiestan que la falta de claridad e información inoportuna de los contenidos no estimula el desarrollo de las habilidades y pensamiento crítico de los alumnos. Es sustancial que el estudiante considere que la asignatura que está llevando es importante y merece su comprensión e interés. Si el estudiante se siente satisfecho en este aspecto, tendrá un buen desempeño y la expectativa de seguir conociendo (Tacca et al. 2019).

Sheng (2015) indicó que hay ocho peculiaridades que favorece a la optimización de la calidad de la enseñanza:

- ✓ Uso equitativo: asegurar que el contenido del curso esté disponible en la plataforma virtual que usa el estudiante.
- ✓ Uso flexible del contenido: se debe presentar el curso y su contenido en varios formatos que le permita al estudiante tener disposición a la información según la tecnología que use.
- ✓ El curso presenta una interfase simple e intuitivo.
- ✓ Información fácil de comprender y presentado en varios formatos.
- ✓ Brindar a los estudiantes la oportunidad de corregir sus errores mediante diversas pruebas.
- ✓ Metodología eficiente.
- ✓ Generar una comunidad de aprendizaje que facilite la comunicación de docente a alumno (viceversa) y alumno a alumno, y que también facilite la retroalimentación a todos los estudiantes.
- ✓ Crear una comunidad de aprendizaje que asista a los estudiantes promoviendo comunicación asertiva entre los estudiantes, docentes dando lugar a un clima instruccional adecuado que induzca el aprendizaje dando lugar a la retroalimentación.

Aspectos Relacionados con la Comunicación. Llorente (2008) manifiesta que este aspecto analiza los criterios relacionados a la comunicación entre los docentes y estudiantes, así como las relaciones interpersonales que se dan entre los mismos alumnos. Para Sucerquia et al. (2016), estudiar el comportamiento de la comunicación en una modalidad virtual es importante porque permite considerar otros criterios y explorar estrategias para fortalecer el aprendizaje y generar satisfacción en los estudiantes de modo que sientan que no están cohibidos de entablar vínculos amicales o impedidos de comunicarse por hacer uso de una pantalla y no interactuar de

manera presencial. Es importante ver al aula como una comunidad de aprendizaje para que el docente y los estudiantes se adapten a los cambios propios de la modalidad virtual. Aquí, el docente no es menos importante, más bien, es el controlador y facilitador de los recursos de aprendizaje y herramientas tecnológicas que debe ser llevado de manera estratégica (Rojas et al. 2014). Los estudiantes se sienten satisfechos en la medida que confían en la institución que los acoge. Esta confianza se desarrolla sobre todo en la comunicación. Las universidades pueden crear canales de comunicación que haga posible un trato amable, entendible y oportuno (Tacca et al. 2019).

Aspectos Relacionados con el Entorno Virtual de Enseñanza o Aprendizaje. Los cambios que implica la era digital también repercuten en la educación. Actualmente muchas personas tienen la posibilidad de continuar sus estudios gracias a la modalidad virtual y a la integración de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) que han adoptado las universidades (Aguilar et al. 2019). Gracias al avance la tecnología y la utilización de la internet se dan nuevas formas de interacción y aprendizaje (Sucerquia et al. 2016). También, se debe considerar que las tecnologías son un medio más no un fin, por eso quienes hagan uso de ellas deben saber usarlas y considerarlas como una herramienta digital de aprendizaje que les brinda un abanico amplio de conocimientos (Galindo, 2015). Rojas et al. (2014) afirman que, ante la necesidad de fortalecer la educación, han surgido las plataformas digitales de gestión de aprendizaje. Las plataformas digitales de gestión de aprendizaje son herramientas que integran el material didáctico y facilitan la comunicación, colaboración y gestión educativas.

Esta dimensión presenta aspectos correspondientes a la plataforma digital que hace posible la interacción y desarrollo de las clases, abarca componentes como la navegación, calidad técnica, presentación de la plataforma, imágenes, tutoriales y asistencia y demás criterios

vinculados (Llorente, 2008). La enseñanza en modalidad virtual demanda la adecuación de procesos de enseñanza-aprendizaje haciendo uso de nuevo métodos de evaluación, rediseño de mapas curriculares y estrategias de conocimientos (Aguilar et al. 2019). “Hoy no es posible pensar en calidad y pertinencia en la educación, sin la utilización intensiva y eficiente de las tecnologías de información y comunicación (TIC)” (Rojas et al. 2014).

Aspecto Espiritual. Al tratarse de una universidad perteneciente a la Iglesia Adventista del Séptimo día, analizar la satisfacción de los estudiantes en esta dimensión es muy importante. De la Cruz (2017) refirió que toda entidad educativa que representa a la IASD debe educar académicamente y fomentar la espiritualidad de sus alumnos.

Según Silva et al. (2019), abordar la formación educativa de los estudiantes desde un aspecto espiritual es “esencial para la formación ética, profesional, humanista y asistencial” y se recomienda que se implemente dentro del currículo educativo.

Para White (2020), la verdadera educación abarca todo el ser de hombre y el desarrollo de sus facultades físicas, mentales y espirituales y realza a la Biblia como la norma perfecta para la formación y educación de la persona, les proporciona “amplitud de mente, claridad de pensamiento y valor para defender sus convicciones”.

Por lo tanto, en esta dimensión se considera que el estudiante está satisfecho si se cumple adecuadamente con indicadores como el conocimiento de Dios, la motivación de desarrollar hábitos de oración, estudio de la Biblia y coherencia de las enseñanzas morales de los docentes (especialmente de su consejero espiritual) con su estilo de vida y acompañamiento que debe brindar al estudiante (De la Cruz, 2017). La espiritualidad ayuda en el desarrollo de las capacidades de las personas que de otro modo no sería posible, además aporta significativamente en la búsqueda de ideales nobles de vida (Silva et al. 2019).

Marco Conceptual

Calidad de Servicio

La calidad de servicio es la capacidad que posee la empresa de brindar y asegurar un servicio ágil, correcto y confiable que logre satisfacer las expectativas y necesidades de sus clientes generando experiencias satisfactorias. Es una forma de certificar que las metas se cumplan porque generará un aumento de clientes, fortalecerá su reputación empresarial, se posicionará en el mercado, generará ventaja competitiva, aumentará sus niveles de ingresos y rentabilidad. Además, la calidad de servicio fortalece el vínculo con el cliente, permite fidelizarlos y genera lealtad.

En estos tiempos de pandemia, las universidades deben enfocarse en la mejora del contenido del sitio web, que es incorporar tecnologías de información y comunicación que permitan llevar a cabo el proceso de aprendizaje; brindando confiabilidad, es decir cumpliendo sus compromisos pactados con sus estudiantes; contando con un personal capacitado y eficiente que transmita seguridad, comprenda adecuadamente el mensaje, las emociones y deseos de los clientes (empatía) y esté dispuesto a prestar ayuda, servicio rápido y eficiente (capacidad de respuesta).

Satisfacción

La satisfacción, desde un enfoque positivo y genérico, es la sensación de placer. La satisfacción es el canal que permite ampliar la lista de clientes, porque un cliente satisfecho será el mejor referente para otros y así ayudará a la empresa a mantenerse en el mercado económico, por eso no solo le compete al área de mercadotecnia preocuparse por este asunto, pues debe ser de interés en todas las áreas funcionales de la organización. En tal sentido, la satisfacción del estudiante es lograr su bienestar cubriendo sus expectativas y satisfaciendo sus necesidades. Para

eso, se debe analizar aspectos generales de la asignatura, es decir si los estudiantes están satisfechos con la información de sus asignaturas y si las indicaciones de sus trabajos están claras; aspectos relacionados con el profesor-tutor online, que está referido a la capacidad y desempeño de los docentes como facilitadores de aprendizaje; aspectos relacionados con el contenido, que implica un contenido actual, relevante, con calidad científica; aspectos relacionados con la comunicación, es decir entablar una comunicación fluida, clara y amical entre los docentes y sus alumnos que fortalezca el aprendizaje y sus relaciones; aspectos relacionados con entorno virtual de enseñanza o aprendizaje, que se refiere al uso de las plataformas virtuales para gestionar y llevar a cabo las sesiones de aprendizaje, usando materiales didácticos y herramientas de comunicación que permita la interacción; aspecto espiritual, se refiere al conocimiento de Dios y al desarrollo de hábitos como la oración y la enseñanza de la Biblia, además de un acompañamiento de consejería espiritual.

CAPÍTULO III

Metodología de la Investigación

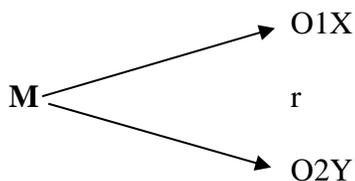
Tipo de Estudio

De acuerdo a los aportes de Hernández et al. (2010), la presente investigación fue de tipo descriptivo y cuantitativo. Correspondió a una investigación descriptiva porque el fenómeno de estudio fue analizado en condiciones naturales y en la realidad de los hechos sin ninguna alteración. El estudio fue cuantitativo porque mostró la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19 durante el periodo del 2020, en datos numéricos de tipo estadístico.

Diseño de la Investigación

Por las características del estudio y sustentada en el marco teórico presentado por Hernández et al. (2010), el diseño de la investigación fue transversal de alcance correlacional no experimental. Transversal porque los datos fueron recolectados en un solo momento y tiempo único para que luego fueran analizados como corresponde. El estudio fue correlacional y no experimental porque estadísticamente se determinó la relación entre ambas variables presentes en esta investigación que no estuvieron sujetas a la manipulación.

Se empleó el siguiente bosquejo que señala una correlación:



Donde:

M = Muestra de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión.

X = Calidad de servicio

Y = Satisfacción del estudiante

r = Correlación entre dos variables de estudio

O1 = Evaluación de la calidad de servicio

O2 = Evaluación de la satisfacción de los estudiantes

Población y Muestra

Población

La población estuvo conformada por 318 estudiantes de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación que comprende a dos carreras profesionales:

- ✓ Ciencias de la comunicación: 158 estudiantes
- ✓ Educación: 160 estudiantes

Muestra

La muestra estuvo conformada por 175 estudiantes de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación.

El número de la muestra se obtuvo de la población aplicando la siguiente fórmula:

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

Donde:

Z = nivel de confianza, siempre será 1.96

N = población

p = probabilidad que el evento ocurra, siempre será de 50%

q = probabilidad que el evento no ocurra, siempre será de 50%

e = error estimado, siempre ser de 5%

n = muestra

La confiabilidad es de 95%

Entonces tenemos:

$$n = (1.96)^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50 \cdot N$$

$$(0.05)^2 \cdot (318-1) + (1.96)^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50$$

$$n = 175$$

Formulación de Hipótesis

Hipótesis General

Existe relación significativa entre la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Hipótesis Específicas

- ✓ Existe relación significativa entre la calidad de servicio y el aspecto académico de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.
- ✓ Existe relación significativa entre la calidad de servicio y el aspecto tecnológico de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.
- ✓ Existe relación significativa entre la calidad de servicio y el aspecto social de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

- ✓ Existe relación significativa entre la calidad de servicio y el aspecto espiritual de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

3.3. Técnica e Instrumentos de Recolección de Datos

3.3.1. Calidad de Servicio

En tanto, para la variable Calidad del servicio se adaptó el instrumento de evaluación SERVQUAL. Para efectos de esta investigación se elaboraron 18 premisas comprendidas en cada una de las dimensiones de esta variable. La mencionada encuesta fue validada por expertos.

Satisfacción del Estudiante

Para el estudio de esta variable, se aplicó la encuesta como técnica de recolección de datos y al cuestionario como instrumento, previa validación hecha por especialistas en la materia. La encuesta estuvo conformada por 23 preguntas.

Confiabilidad del instrumento

Para medir el grado de confiabilidad, se ha procedido a calcular el Coeficiente de Alfa de Cronbach, y se observa que, según los estándares establecidos, la confiabilidad del instrumento en su totalidad y por cada una de las variables está en el rango de “excelente confiabilidad”.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right]$$

Donde:

K: El número de ítems

S_i^2 : Sumatoria de Varianzas de los Ítems

S_r^2 : Varianza de la suma de los Ítems

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Tabla 3*Coefficiente de Alfa de Cronbach*

Ítems	Datos totales	Datos-Calidad de servicios	Datos-satisfacción
α	0.96	0.89	0.93
K	175	175	175
S_i^2	28.73	14.06	14.66
S_t^2	586.87	117.33	203.20

Fuente: Elaboración propia**Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos**

Se solicitó permiso al Consejo de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión. Se procedió a la recolección de información haciendo uso del Google encuestas, para lo cual, mediante las Escuelas de Educación y Comunicaciones se facilitó el acceso a sus clases donde se pudo interactuar directamente con los estudiantes. Además, para procesar la información y realizar el análisis comparativo, se aplicó el paquete estadístico SPSS VERSIÓN 22 para realizar las pruebas de hipótesis junto con el coeficiente de correlación de Rho de Spearman.

CAPÍTULO IV

Resultados y Discusión

Resultados

Aspectos Sociodemográficos

Según el Banco Mundial (2021), gracias a la eliminación de restricciones de liquidez mediante becas y préstamos, en la actualidad, América Latina y el Caribe cuentan con 20 millones de estudiantes de educación superior. Para efectos de la presente investigación se ha considerado una muestra de 175 alumnos pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión. La tabla 3 muestra los datos sociodemográficos y revela que un 62% de los encuestados han sido mujeres y un 38% fueron varones. Esto guarda relación con el dato proporcionado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019) que afirma que en el Perú existe un 51% de jóvenes universitarios del sexo femenino y un 49% del sexo masculino.

En cuanto a la edad, la investigación realizada mostró que estamos tratando con la denominada “generación Y”, una generación entre los 18 y 30 años que interactúa con la tecnología, el consumo y la publicidad (Rodríguez, 2015). En este caso en particular, un 47% está en el rango de 16 a 20 años y solo un 10% tiene una edad superior a 26 años. Esta generación millennial se caracteriza por migrar al mercado digital con mayor preparación toda vez que no se conforma con los conocimientos adquiridos, sino que quieren alcanzar metas superiores como futuros comunicadores y educadores, según corresponda.

Por otro lado, el Banco Mundial (2021) estimó que, en comparación al 2000, hay 3 millones más de estudiantes de sectores pobres matriculados en la educación superior y que cada vez los centros de educación superior albergarán a jóvenes procedentes de marcos

socioeconómicos y culturales muy diversos. A propósito, la tabla 4 muestra que la Universidad Peruana Unión es una universidad intercultural que ha acogido a estudiantes de diferentes lugares del Perú y del resto del mundo, especialmente de Latinoamérica, ya que 59% han sido estudiantes procedentes de la costa, un 18% de la sierra, un 15% de la selva y un 7% del extranjero. La diversidad cultural ha hecho posible que los estudiantes compartan experiencias desde su cosmovisión y cooperen en la búsqueda de soluciones de los problemas que les ofrece su propia realidad social, económica y política. Finalmente, la tabla muestra que un 83% (145 estudiantes) es adventista del séptimo día, dado que la Universidad Peruana Unión es una de las instituciones de la mencionada iglesia y es fuertemente promovida entre sus feligreses y dentro de su currículo educativo tienen un curso de Formación Cristiana y se realizan reuniones espirituales (retiros, semana de oración, consejería espiritual, etc.) en cada ciclo académico, dando como resultado que muchos se unan a la fe adventista.

Tabla 4

Datos sociodemográficos

		Recuento	%
Sexo	Masculino	66	37.7%
	Femenino	109	62.3%
	Total	175	100.0%
Edad	De 21 a 25 años	76	43.4%
	Más de 26 años	17	9.7%
	De 16 a 20 años	82	46.9%
	Total	175	100.0%
Lugar de procedencia	Sierra	33	18.9%
	Selva	26	14.9%
	Costa	103	58.9%
	Extranjero	13	7.4%
	Total	175	100.0%
Escuela profesional	Comunicaciones	104	59.4%
	Educación	71	40.6%
	Total	175	100.0%
Religión	Católico	13	7.4%
	Evangélico	6	3.4%
	Otros	11	6.3%

Adventista	145	82.9%
Total	175	100.0%

Niveles de Percepción

Calidad de Servicio y Satisfacción. La tabla 5 muestra la perspectiva que tienen los estudiantes respecto a las variables Calidad de servicio y Satisfacción. Aunque la pandemia provocada por el COVID-19 ha creado incertidumbre y ha sido una experiencia nueva, los alumnos de la Facultad de Educación y Comunicación de la Universidad Peruana Unión han tenido una buena experiencia. Por ejemplo, un 48% y 25% ha respondido estar de acuerdo y muy de acuerdo respectivamente con la calidad del servicio que ha recibido; además un 47% y 33% han estado satisfechos. Eso indica que la universidad ha sabido satisfacer las expectativas y necesidades de los estudiantes, ha provisto calidad en los servicios que ha brindado y ha tenido la capacidad de generar satisfacción en sus alumnos. No obstante, aún hay mucho esfuerzo que se demanda para disminuir el grado del 5% y 22% de estudiantes que percibieron estar muy en desacuerdo y en desacuerdo respecto a la calidad de servicios y, en cuanto a la variable Satisfacción, está una puntuación del 5% en la opción “muy en desacuerdo” y un 15% de los estudiantes marcaron la opción “en desacuerdo”. Es fundamental mejorar la percepción de los estudiantes, porque cuando los alumnos no están de acuerdo con la calidad de servicio que brinda su centro de estudio entonces no podrán estar satisfechos y un escenario de esa naturaleza desencadena diferentes problemas: No vuelven más, se convierten en clientes de la competencia, brindan malas referencias que desmotivan a otros clientes potenciales, se niegan a corregir errores y es difícil recuperar las oportunidades equivocadas como clientes (Moliner et al. 2012). En definitiva, la universidad debe tomar medidas correctoras para que, en el mejor de los casos,

ningún estudiante califique "muy en desacuerdo" o "en desacuerdo" a estas variables que están estrechamente relacionadas.

Tabla 5

Nivel de calidad de servicio y satisfacción

Nivel	Calidad de Servicio		Satisfacción	
	Recuento	%	Recuento	%
Muy en desacuerdo	9	5%	9	5%
En desacuerdo	39	22%	26	15%
De acuerdo	84	48%	82	47%
Muy de acuerdo	43	25%	58	33%
Total	175	100%	175	100%

Calidad de Servicio y sus Dimensiones. Para el cálculo de baremos se utilizaron los percentiles 30 y 70 que generan dos cortes en los datos y se pueden obtener los niveles bajo, moderado y alto. En la tabla 6 se aprecian los valores que se utilizaron para obtener los niveles antes mencionados. Las puntuaciones obtenidas de la escala de Likert han sido interpretadas en parámetros de nivel bajo, moderado y alto para efectos de baremos.

Tabla 6

Valores de los niveles de la variable Calidad de servicio y sus dimensiones

Nivel/ Variable	Calidad de servicio	Empatía	Fiabilidad	Seguridad	Capacidad de respuesta	Contenido del sitio web
Nivel Bajo	<50	<7	<7	<11	<0	<14
Nivel Moderado	50-61	7-9.	7-9.	11-13.	10-13.	14-17.
Nivel Alto	61<	9<	9<	13<	13<	17<

La tabla 7 revela que un 41% de los estudiantes percibió que la calidad de servicios que brindó la Universidad Peruana Unión en el contexto de la pandemia causado por el COVID-19, fue “moderada”, un 30% la calificó como “alta” y el 29% como “baja”. En ese sentido, ¿cuánta seguridad tiene la universidad de conservar la fidelidad de los estudiantes? ¿qué pasaría si sus competidores mejorasen la calidad de sus servicios y, por consiguiente, obtendrían una ventaja

significativa? Estos resultados indican alertas que precisan ser evaluadas a fin de minimizar riesgos, ya que los estudiantes que percibieron que el nivel de la calidad de servicios fue “alto” o “moderado” podrían bajar su calificación y aquellos que percibieron que el nivel de la calidad de servicios fue “bajo” podrían considerar abandonar la Universidad Peruana Unión y optar por otro ente educativo. El abandono de los estudiantes no sería bueno para la organización, entre algunas razones, porque disminuiría sus ingresos, reduciría personal, podría arriesgarse a contar con un profesional no calificado e insatisfecho que pondría en juego la imagen institucional. Por tanto, la universidad debe estar mejor preparada y, sobre la base de su primera experiencia, asumir de manera más efectiva y estratégica los retos que implican educar en un escenario remoto y con todos los desafíos que la pandemia presenta al sistema educativo universitario. Como afirma (González et al. 2011) las instituciones de educación superior cumplen la digna labor de ofrecer una educación de calidad y esa debería ser su principal prioridad.

En tanto, las dimensiones han sido calificadas en las siguientes escalas: Bajo, moderado y alto. La primera dimensión analizada fue Empatía respecto a la cual un 48% de los estudiantes la percibió en un nivel “moderado”, mientras que un 27% consideró que la empatía fue “baja” y un 25% la calificó en un nivel “alto”. Gustems y Calderón (2014) aseveran que la empatía está estrechamente relacionada con el bienestar psicológico de los estudiantes. En efecto, la experiencia y los estudios han demostrado que un estudiante que goza de bienestar psicológico puede tener mejores aptitudes en su día a día y aplicar mejor sus conocimientos buscando el bienestar social con la práctica de habilidades blandas, siendo así el mejor referente de una institución que se dedica a la educación. Ahora bien, se ha escuchado decir que la universidad no hace al alumno, pero no se puede negar que la calidad del servicio que ofrece la organización educativa influye mucho en la formación del estudiante. Por ello, si el alumno percibe que su

centro universitario es empático con él, sentirá confianza, la cual es clave para el proceso de aprendizaje porque el estudiante siente la apertura de preguntar si tiene alguna duda, con la certeza de que su docente y el personal que lo acompaña lo ayudará a despejar sus preguntas y a resolver sus problemas. En síntesis, la empatía permite que los docentes mejoren las relaciones con sus alumnos y haga la formación más fácil.

De igual modo, el 57% de los encuestados percibió que la fiabilidad de la Universidad Peruana Unión fue “moderada, mientras que el 28% la calificó como “alta” y el otro 15% como “baja”. Según estos resultados, la Universidad Peruana Unión ha gestionado con responsabilidad sus compromisos; por eso, la mayoría de sus estudiantes ha percibido que el personal es fiable, esto es, los colaboradores realizan bien su trabajo, cumplen sus promesas en el plazo establecido y evitan cometer errores. Estas cualidades son fundamentales para elevar la calidad del servicio, sobre todo en un contexto de pandemia en el que la mayoría de los trabajadores están laborando desde sus casas y deben lidiar con los compromisos del hogar y el trabajo. En ese sentido, es grato saber que el personal no ha descuidado sus obligaciones laborales con los estudiantes. De todos modos, está presente el desafío de seguir mejorando para disminuir el porcentaje de calificación “baja” respecto a esta dimensión.

En cuanto a la dimensión “seguridad”, un 45% percibió que esta dimensión estuvo en un nivel moderado, mientras que un 29% cree que la seguridad fue alta y el otro 29% la calificó en un nivel bajo. Esto revela que la mayoría de los encuestados consideró que sí pueden confiar en la capacidad de quienes laboran en la Universidad Peruana Unión, se sienten seguros en los trámites y gestiones que realizan, creen que el personal los ayudará a absolver las dudas, además confían en la formación académica que reciben y califican que sus docentes poseen las habilidades técnicas y cognitivas que contribuye a su desarrollo profesional. Bajo este contexto,

es alentador saber que la plana docente y administrativa, desde la perspectiva de los encuestados, ha sido eficiente y eficaz en sus funciones. Esto forma parte de un creciente interés en exigir que las universidades cuenten con un personal que asuma el compromiso de mejorar la calidad de sus servicios, porque finalmente son ellos quienes tienen el contacto directo con los estudiantes. Como lo refieren los investigadores Inquilla et al. (2017) las universidades deben asegurarse de contar con centros de formación que estén a la altura de las demandas sociales, políticas y económicas que aporten al desarrollo del país.

Por otro lado, un 55% de los estudiantes percibió que la dimensión “capacidad de respuesta” por parte de la Universidad Peruana Unión ha sido moderada, mientras que un 23% consideró que esta dimensión merece una calificación en el nivel “alto” y un 22% en un nivel “bajo”. Estos resultados revelaron que las solicitudes, consultas, trámites y demás pedidos de la mayoría de los estudiantes recibieron una respuesta rápida por parte del personal de la Universidad Peruana Unión. Frente a un escenario como la COVID-19 en el que los alumnos y el personal de la universidad no se pueden contactar de manera presencial, puede resultar difícil la comunicación y las respuestas solicitadas pueden verse afectadas, los trámites y gestiones pueden tardar; sin embargo, los resultados indican que la Universidad Peruana Unión ha respondido con responsabilidad.

En cuanto al “contenido del sitio web”, un 49% de los estudiantes percibió que la calidad en esta dimensión fue moderada, un 25% consideró que estuvo en un nivel alto y el otro 25% creyó que el contenido del sitio web estuvo en un nivel bajo. A propósito, gracias a la tecnología y a la plataforma PatmOS, la Universidad Peruana Unión ha podido enfrentar esta nueva modalidad educativa (educación remota) de manera satisfactoria. Cabe mencionar que la universidad ha estado haciendo uso de la plataforma PatmOS desde hace algunos años antes de

la pandemia de la COVID-19, a lo largo del tiempo se han hecho mejoras y dado que PatmOS ha ofrecido correctamente las funciones de multimedia (audio, video y elementos gráficos), ha proporcionado información útil y precisa, incluida información actual de alta calidad que sea relevante para los estudiantes.

Tabla 7

Niveles de la variable Calidad de servicio y sus dimensiones

		Recuento	%
Calidad de servicio	Nivel Bajo	51	29.1%
	Nivel moderado	72	41.1%
	Nivel Alto	52	29.7%
	Total	175	100.0%
Empatía	Nivel Bajo	47	26.9%
	Nivel moderado	84	*48.0%
	Nivel Alto	44	25.1%
	Total	175	100.0%
Fiabilidad	Nivel Bajo	26	14.9%
	Nivel moderado	100	*57.1%
	Nivel Alto	49	28.0%
	Total	175	100.0%
Seguridad	Nivel Bajo	45	25.7%
	Nivel moderado	79	45.1%
	Nivel Alto	51	29.1%
	Total	175	100.0%
Capacidad de respuesta	Nivel Bajo	39	22.3%
	Nivel moderado	96	*54.9%
	Nivel Alto	40	22.9%
	Total	175	100.0%
Contenido del sitio web	Nivel Bajo	44	25.1%
	Nivel moderado	86	*49.1%
	Nivel Alto	45	25.7%
	Total	175	100.0%

Satisfacción y sus Dimensiones

En esta sección del análisis también se utilizaron los percentiles 30 y 70, de los cuales se obtuvieron los niveles: insatisfecho, satisfecho y muy satisfecho como se aprecia en la tabla 8.

Tabla 8*Valores de los niveles de la variable Satisfacción y sus dimensiones*

Niveles / Variable	Satisfacción	Aspectos relacionados con el profesor online	Aspectos relacionados con el contenido	Aspectos relacionados con la comunicación	Aspectos relacionados con el entorno virtual de enseñanza	Aspecto espiritual
Insatisfecho	<60	<15	<19	<8	<9	<12
Satisfecho	60-74	15-17.	19-23	8-10.	9-10.	12-15.
Muy satisfecho	74<	17<	23<	10<	10<	15<

Alrededor de un 70% de la población estudiantil en todo el mundo ha sido afectada por la crisis sanitaria del COVID-19 (UNESCO, 2020). A razón de eso, se precisa considerar lo dicho por Álvarez et al. (2015) quienes mencionan que uno de los aspectos más importantes a evaluar en un centro de educación superior es la satisfacción de sus estudiantes. Por eso, en la tabla 9 se observa que un 27% de los encuestados respondió que no estuvo satisfecho con el servicio que recibió de la Universidad Peruana Unión pues su servicio, sus expectativas y necesidades no fueron cubiertas. Este resultado debe ser considerado con una actitud reflexiva, ya que la opinión de los estudiantes es un indicador que revela los aspectos que se deben considerar para una mejora continua. Álvarez et al. (2015) aseveran que la organización que mantiene satisfecho a sus clientes tendrá más posibilidades de fidelizarlos y, por ende, mantenerse en el mercado competitivo. Asimismo, pese a que alrededor de un 70% de la población estudiantil del mundo ha sido afectada por la crisis sanitaria de la COVID-19 (UNESCO, 2020), la Universidad Peruana Unión logró que un 43% y 29% de sus estudiantes se hayan sentido satisfechos y muy satisfechos, respectivamente. Esto refleja que la mayoría de los alumnos estuvo a gusto con los servicios académicos y administrativos que recibió, la interacción que han tenido con el docente

y sus compañeros ha sido satisfactoria, evalúan que su entorno de aprendizaje y la asistencia espiritual que han obtenido en este tiempo de pandemia ha sido favorable.

Concerniente a la dimensión “aspectos relacionados con el profesor” se observó que un 43% de los estudiantes estuvo satisfecho, un 29% respondió haber estado muy satisfecho, pero el otro 29% se ha encontrado insatisfecho. Alcanzar el máximo puntaje en esta dimensión es importante, dependerá de la calidad del docente y de las herramientas que lo asistan. El docente es quien mantiene el trato directo con los estudiantes, entonces llega a ser la imagen de una institución que forma profesionales; por esta razón, se espera de él calidad y profesionalismo. Según Rodríguez (2015), uno de los desafíos al que se enfrentan los docentes es usar diferentes metodologías y tecnologías porque cada vez deben atender a estudiantes más diversos. Precisamente, los docentes de la Universidad Peruana Unión han asumido este reto con audacia, usando adecuadamente los recursos online para el desarrollo de sus clases, teniendo buen dominio sobre los temas desarrollados, mostrando tener la capacidad de respuesta rápida y eficiente frente a este escenario crítico por la pandemia.

Así mismo, la UNESCO (2020) emitió un informe respecto a los desafíos de la educación superior en el marco de la COVID-19 con el propósito de evaluar y analizar el proceso educativo, en él refiere que los cambios de la modalidad de estudio (presencial a remoto) no ha sido bien recibido por la mayoría de los estudiantes. En contraste, un 42% de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión respondió que estuvo satisfecho con el contenido que ha recibido en su ciclo académico en plena pandemia de la COVID-19, incluso un 30% se ha encontrado “muy satisfecho”. Eso indica que la mayoría de los alumnos ha considerado que los contenidos de los cursos han sido actuales, con sustento científico e investigativo y han estado en armonía con las exigencias y demanda del mercado laboral, además los contenidos desde un punto de

vista teórico y práctico han sido los apropiados y han ido acorde a los objetivos profesionales de los estudiantes.

En tanto, el 55% de los encuestados respondió que estuvo satisfecho con la dimensión “aspectos relacionados con la comunicación”, un 26% afirmó haber estado muy satisfecho y solo un 19% estuvo insatisfecho con este rubro. Cooperberg (2002) sostiene que las herramientas de comunicación y las nuevas tecnologías son aliadas estratégicas para suprimir las distancias en el desafío de asumir una educación remota. A propósito de eso, los estudiantes de la Universidad Peruana Unión consideraron que la comunicación con los profesores les ha resultado fácil mediante las herramientas de comunicación (correo, foro, chat, etc.) y la interacción con sus compañeros se ha dado sin mayor inconveniente gracias a las herramientas digitales que, además, ha permitido que se realicen actividades de interacción que han reforzado los conocimientos entre ellos mediante grupos o foros de estudio.

En tanto, la tecnología desde hace algunos años, y sobre todo en este tiempo de pandemia, ha impactado en todos los aspectos de la vida y también lo ha hecho en la educación. El sistema educativo ha adoptado nuevas formas de comunicación para producir conocimiento y ha hecho de la tecnología su principal aliada (Cooperberg, 2002). A propósito, la Universidad Peruana Unión se ha valido de su entorno virtual de enseñanza PatmOS, y un 47% de los estudiantes encuestados manifestó que estuvo satisfecho con esta plataforma, un 26% muy satisfecho y un 27% insatisfecho. En conclusión, la mayoría de los estudiantes estuvo satisfecha porque consideró que la navegación en la plataforma de PatmOS ha sido adecuada y sencilla, tiene un diseño de calidad (tipografía, colores, estilos, etc.) y en su experiencia, los tiempos de respuesta (espera para acceder a un vínculo, acceso a diferentes herramientas, etc.) han sido los adecuados. Apple (citado por Cooperberg, 2002) menciona que la tecnología es el presente y no

desaparecerá. La tarea de los educadores es asegurar que los estudiantes tengan una motivación sincera y genuina de aportar y sumar a la política, economía y educación.

Finalmente, un 47% de los estudiantes estuvo satisfecho con la dimensión “aspecto espiritual”, mientras que un 25% refirió haber estado muy satisfecho y un 28% restante estuvo insatisfecho. De hecho, la mayoría de los estudiantes estuvo satisfecha porque su formación en la Universidad Peruana Unión les ha permitido conocer más de Dios, les ha motivado a llevar una vida de oración, estudiar y meditar en la Palabra de Dios, ha recibido asistencia de consejería y acompañamiento espiritual cuando lo ha necesitado y percibió que sus docentes son un modelo espiritual que les gustaría imitar. Ahora bien, al margen de que el resultado predominante haya sido “satisfecho”; hay un 28% que respondió estar “insatisfecho” y debe ser motivo de preocupación e interés, pues el propósito más importante de la Universidad Peruana Unión es brindar una educación integral con base espiritual y se distingue precisamente por eso. Si se permite que el grado de insatisfacción de esta dimensión se mantenga o aumente, se estaría perdiendo el ideal de la razón de ser de esta institución y si eso sucede pierde su bien más preciado.

Tabla 9

Nivel de satisfacción y sus dimensiones

		Recuento	%
Satisfacción	Insatisfecho	48	27.4%
	Satisfecho	76	43.4%
	Muy satisfecho	51	29.1%
	Total	175	100.0%
Aspectos relacionados con el profesor online	Insatisfecho	50	28.6%
	Satisfecho	75	42.9%
	Muy satisfecho	50	28.6%
	Total	175	100.0%

Aspectos relacionados con el contenido	Insatisfecho	50	28.6%
	Satisfecho	73	41.7%
	Muy satisfecho	52	29.7%
	Total	175	100.0%
Aspectos relacionados con la comunicación	Insatisfecho	33	18.9%
	Satisfecho	96	54.9%
	Muy satisfecho	46	26.3%
	Total	175	100.0%
Aspectos relacionados con el entorno virtual de enseñanza	Insatisfecho	47	26.9%
	Satisfecho	82	46.9%
	Muy satisfecho	46	26.3%
	Total	175	100.0%
Aspecto espiritual	Insatisfecho	49	28.0%
	Satisfecho	83	47.4%
	Muy satisfecho	43	24.6%
	Total	175	100.0%

Cálculo de Medias

En la tabla 10 se aprecia el cálculo de medias de las dimensiones de la variable calidad de servicios y para efectos del análisis se ha considerado el puntaje más alto y el más bajo.

La primera dimensión analizada fue “empatía”. Respecto a esta dimensión se han formulado 3 preguntas. En cuanto a las ponderaciones, la premisa 2: “El personal de la Universidad Peruana Unión se preocupa por los mejores intereses de sus estudiantes”, recibió el ponderado más alto, esto es 2.840 y una desviación estándar de 0.815. En tanto, el ítem perteneciente a la pregunta 1: “Cuando usted tiene alguna necesidad, recibe una atención individualizada del personal de la Universidad Peruana Unión”, obtuvo la ponderación más baja de 2.651 y una desviación estándar de 0.877. Esta dimensión recibió una ponderación general de 2.733, siendo esta puntuación la más baja en contraste con las otras dimensiones de la variable Calidad de servicio. En resumen, estos resultados indicaron que, según la premisa presentada, los estudiantes puntuaron de 2 a 3 en la escala de Likert, es decir “en desacuerdo” y “de acuerdo”, pero con mayor inclinación a la opción “de acuerdo”, vale decir, los estudiantes estuvieron de

acuerdo con las muestras de empatía que les brindó el personal de la Universidad Peruana Unión, consideran que los colaboradores de la institución los acogen con afectividad y velan con cuidado y responsabilidad por los intereses de sus alumnos.

Respecto a la dimensión “fiabilidad”. La premisa número 6: “En su experiencia personal, el personal de la Universidad Peruana Unión evita cometer errores”, obtuvo la mayor ponderación con un puntaje de 2.931 y una desviación estándar de 0.755. En tanto, la pregunta 5: “Cuando el personal de la Universidad Peruana Unión promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace”, obtuvo la menor ponderación de 2.783 con una desviación estándar de 0.816. En promedio, la ponderación para esta dimensión fue de 2.859. Eso quiere decir que la mayoría de los estudiantes marcaron entre la alternativa 2 y 3: “en desacuerdo” y “de acuerdo”; con mayor inclinación a marcar “de acuerdo”. En otras palabras, los alumnos consideraron que la Universidad Peruana Unión es fiable debido a que perciben que esta entidad evita cometer errores, es responsable y comprometida.

Referente a la dimensión “seguridad” recibió una ponderación promedio de 3.014 y es la segunda dimensión con mayor puntuación respecto a las demás dimensiones de la calidad de servicio. Esta puntuación indica que la mayoría de los encuestados han marcado la alternativa “de acuerdo”, respecto a la premisa presentada. En esta dimensión se había formulado cuatro proposiciones para efectos de la encuesta. De modo que, la pregunta 10: “El personal de Universidad Peruana Unión tiene conocimientos suficientes para ayudarlo en su formación profesional”, ha obtenido la mayor ponderación de 3.080 equivalente a una desviación estándar de 0.707, mientras que la pregunta 9: “En su experiencia, el personal de la Universidad Peruana Unión siempre ha sido capaz de despejar sus dudas correctamente”, logró la ponderación más baja de esta dimensión, una ponderación de 2.863 y una desviación estándar de 0.819. Esto

indica que los estudiantes percibieron que la Universidad Peruana Unión les brindó seguridad sobre todo porque analizaron que sus docentes han tenido la capacidad de aportar favorablemente con su formación profesional y frente a las preguntas que surgieron en clases los docentes brindaron asistencia con sus respuestas.

En cuanto a la “capacidad de respuesta” el ítem 11: “El personal de la Universidad Peruana Unión le comunica oportunamente cómo va su solicitud respecto a los diversos trámites que realiza” alcanzó la ponderación más baja respecto a las otras premisas de esta dimensión (2.737) correspondiente a una desviación estándar de 0.857 y la ponderación más alta (un 3.029 con desviación estándar de 0.738) corresponde a la pregunta 13: “El personal de la Universidad Peruana Unión siempre está dispuesto a ayudarle”. La ponderación promedio para esta dimensión fue 2.871. Es decir, la mayoría de los estudiantes encuestados marcaron entre la alternativa 2 y 3: “en desacuerdo” o “de acuerdo”, con mayor inclinación a la alternativa 3: “de acuerdo”. En definitiva, los alumnos encuestados están de acuerdo con la capacidad de respuesta por parte de la Universidad Peruana Unión porque muestran su disposición en ayudarlos.

Finalmente, la dimensión “contenido del sitio web” obtuvo 3.038 de promedio general, es decir esta dimensión ha obtenido la puntuación más alta respecto a las demás dimensiones de la “calidad de servicio”. Este resultado indica que la mayoría de los encuestados marcó la alternativa “de acuerdo”. A propósito de esta dimensión, la premisa 18: “El sitio web (PatmOS) proporciona información precisa” y 19 “El sitio web (PatmOS) proporciona información actual de alta calidad”, obtuvieron la mayor ponderación de 3.137 en ambos casos, dando una desviación estándar de 7.68 y 7.61, respectivamente y el ítem 17 alcanzó la menor ponderación de 2.926 equivalente a una desviación estándar de 0.810. Eso indica que la mayoría de los

alumnos estuvo de acuerdo con el contenido subido en PatmOS por ser una información precisa y de calidad.

En resumen, los estudiantes percibieron que recibieron mejor calidad de servicio en el “contenido del sitio web” y hubo menor calidad en el servicio relacionado a la “empatía”. Por ende, la Universidad Peruana Unión necesita prestarle más atención a la mejorar de esta última dimensión (empatía), sin descuidar la calidad en las otras dimensiones señaladas.

Tabla 10

Escala de respuesta de las dimensiones de la variable Calidad de servicio

Dimensiones	Ítem	Media	D.E
Empatía 2.733	p1	2.651	.877
	p2	2.840	.815
	p3	2.709	.817
Fiabilidad 2.859	p4	2.863	.805
	p5	2.783	.816
	p6	2.931	.755
Seguridad 3.014	p7	3.046	.836
	p8	3.069	.770
	p9	2.863	.819
	p10	3.080	.707
Capacidad de respuesta 2.871	p11	2.737	.851
	p12	2.777	.782
	p13	3.029	.738
	p14	2.943	.895
Contenido del sitio web *3.038	p15	3.040	.753
	p16	2.949	.818
	p17	2.926	.810
	p18	3.137	.768
	p19	3.137	.761

Cálculo de Medias de las Dimensiones de Satisfacción

En la tabla 11 se muestra el cálculo de medias de las dimensiones de la variable Satisfacción.

La primera dimensión analizada fue “aspectos relacionados con el profesor online”. Esta dimensión obtuvo una ponderación promedio de 3.094, indicando que la mayoría de los alumnos

marcó la alternativa 3: “De acuerdo”, respecto a la proposición señalada. En esta dimensión la pregunta 2: “Los profesores tienen un buen dominio de la materia que enseñan”, ha obtenido el puntaje más alto respecto a las otras premisas formuladas (3.189 con una desviación estándar de 0.706). En cambio, la pregunta con menor ponderación fue la pregunta 3: “Cuando es necesario, el profesor brinda información y explica los contenidos presentados”, alcanzó un puntaje de 3.017 y una desviación estándar de 0.762.

En cuanto a “aspectos relacionados con el contenido”, la ponderación promedio fue de 3.001, la mayoría de los encuestados marcó “de acuerdo”. En esta dimensión, la respuesta que los estudiantes dieron a la pregunta 10: “El contenido de las asignaturas contribuyen con los objetivos que usted quiere lograr como futuro profesional” hizo que obtuviera una ponderación de 3.143 y una desviación estándar de 0.778, convirtiéndola en la proposición con mayor ponderación. Sin embargo, a la pregunta 11: “Los trabajos y las prácticas de los diferentes cursos han sido valiosos para que usted ponga en marcha los conocimientos adquiridos”, los encuestados dieron la ponderación más baja (2.834 y una desviación estándar de 0.910).

En lo que se refiere a la dimensión “aspectos relacionados con la comunicación”, ha obtenido una ponderación promedio 3.013. Eso indica que la mayoría de los estudiantes ha marcado la alternativa 3: “De acuerdo”, respecto al enunciado presentado. Como se observa en la tabla presentada, la premisa 13: “La comunicación con los profesores-tutores le han resultado fácil mediante las herramientas de comunicación: (correo, foro, chat, etc.)”, obtuvo la ponderación más alta de 3.023 con una desviación estándar de 0.758. En tanto, la menor ponderación se encontró en la premisa número 14: “Le ha resultado sencilla la comunicación online con el resto de sus compañeros del entorno”, con un puntaje de 3.000 y desviación estándar de 0.830.

Referente a los “aspectos relacionados con el entorno virtual de enseñanza”, la ponderación promedio fue 3.093, indicando que la mayoría de los encuestados marcó la alternativa 3: “De acuerdo”. De las tres premisas formuladas para esta dimensión, el enunciado número 18: “Los tiempos de respuesta de la plataforma PatmOS (espera para acceder a un vínculo, acceso a diferentes herramientas, etc.) son los adecuados”, obtuvo el mayor puntaje de 3.331 con una desviación estándar de 0.776. Pero, la premisa 17: “Considera que la plataforma de PatmOS tiene un diseño de calidad (tipografía, colores, estilos, etc.)”, alcanzó la menor ponderación de 2.926 con una desviación estándar de 0.831.

Finalmente, la dimensión “aspectos espirituales”, logró una ponderación de 3.136, es decir, la mayoría de los estudiantes ha marcado la alternativa 3: “De acuerdo” y de las cuatro premisas correspondientes a esta dimensión, la proposición número 19: “Su formación en la Universidad Peruana Unión le está permitiendo conocer más de Dios” es la que ha logrado la mayor ponderación de 3.263 con una desviación estándar de 0.830. Mientras que la premisa número 21 “Su formación en la Universidad Peruana Unión le motiva a estudiar y meditar en la Palabra de Dios”, obtuvo la menor ponderación con un puntaje de 2.909 y una desviación estándar de .930.

Estos resultados, permitieron determinar que los estudiantes han dado mayor ponderación a la dimensión “aspectos espirituales” (3.136) y han dado el menor puntaje a la dimensión “aspectos relacionados con el contenido”, porque algunos de los estudiantes encuestados han considerado que los trabajos y las prácticas de los diferentes cursos no han sido muy relevantes ni funcionales para las necesidades actuales del mercado.

Tabla 11

Escala de respuestas de las dimensiones de la variable Satisfacción

Dimensiones	Ítem	Media	D.E
--------------------	-------------	--------------	------------

	q1	3.120	.775	
Aspectos relacionados con el profesor online	q2	*3.189	.706	
	q3	*3.017	.762	
	q4	3.057	.763	
	q5	3.086	.726	
	3.094			
	q6	2.994	.777	
Aspectos relacionados con el contenido	q7	3.086	.702	
	q8	2.949	.846	
	q9	3.040	.805	
	q10	*3.143	.778	
	q11	*2.834	.910	
	*3.001	q12	2.960	.812
Aspectos relacionados con la comunicación	q13	*3.023	.758	
	q14	*3.000	.830	
	3.013	q15	3.017	.827
Aspectos relacionados con el entorno virtual de enseñanza	q16	3.023	.851	
	q17	*2.926	.831	
	3.093	q18	*3.331	.776
Aspectos espirituales	q19	*3.263	.830	
	q20	3.240	.795	
	*3.136	q21	*2.909	.930
		q22	3.131	.823

Contrastación de Hipótesis

Prueba de Normalidad. En la tabla 12 se aprecia la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov de las variables y sus respectivas dimensiones, se hizo uso de este estadístico porque los datos eran superiores a 50. También, se visualizó que las variables y sus respectivas dimensiones cuentan con una distribución no paramétrica, ya que el nivel de significancia fue menor a 0.05 en cada uno de los casos. Por tal motivo, se utilizó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman para la correlacionar las variables.

Tabla 12

Prueba de normalidad de la variable y sus dimensiones

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de servicio	.084	175	.004
Satisfacción	.075	175	.018
Empatía	.153	175	.000

Fiabilidad	.144	175	.000
Seguridad	.137	175	.000
Capacidad de respuesta	.099	175	.000
Contenido del sitio web	.129	175	.000
Aspectos relacionados con el profesor online	.185	175	.000
Aspectos relacionados con el contenido	.135	175	.000
Aspectos relacionados con la comunicación	.159	175	.000
Aspectos relacionados con el entorno virtual de enseñanza	.176	175	.000
Aspecto espiritual	.148	175	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Relación entre Calidad de Servicios y Satisfacción. Las hipótesis planteadas son:

Ho: No existe relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Ha: Existe relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Regla de decisión

Si $p > 0.05$ se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

Si $p < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

En la tabla 13 se muestra la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción medido por medio del coeficiente de correlación de Rho de Spearman cuyo resultado fue de $Rho = .865$ indicando una correlación positiva muy fuerte. Del mismo modo se obtuvo que el nivel de significancia o p valor fue menor a 0.05 ($p < 0.05$) lo que demostró que existió relación entre ambas variables. En ese sentido, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la alterna: “Existe

relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020”. Si la calidad de servicios mejora, el grado de satisfacción de los estudiantes también lo hará. Caso contrario, si se descuida la calidad de servicios, entonces, el grado de satisfacción disminuirá, ya que ambas variables se relacionaron. Al respecto, Surdez et al. (2018) menciona que el progreso depende en gran medida de la calidad de servicio que brinden las universidades y la satisfacción de los estudiantes es la forma más eficiente para evaluarla. Así mismo, Gordillo et al. (2020) indican que es prácticamente imposible que una institución logre la satisfacción de sus estudiantes si primero no trabaja en fortalecer y, hasta en algunos casos, reestructurar su plan de mejora en la calidad de sus servicios.

Tabla 13

Relación entre calidad de servicio y satisfacción

	Calidad de servicio		
	Coefficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
Satisfacción	,865 ^{**}	.000	175

Relación entre Calidad de Servicio y los Aspectos Académicos de los Estudiantes. Se presentan las siguientes hipótesis:

Ho: No existe relación entre la calidad de servicios y los aspectos académicos de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Ha: Existe relación entre la calidad de servicios y los aspectos académico de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Regla de decisión

Si p valor > 0.05 se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

Si p valor < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

En la tabla 14 se muestra la relación entre la calidad de servicio y los aspectos académicos de los estudiantes, medidos con el coeficiente de correlación de Rho de Spearman cuyos resultados fueron de $Rho = 0.773$ y 0.829 respectivamente, estos resultados revelaron una correlación positiva muy fuerte. Así mismo, se visualizó que el nivel de significancia o p fue menor a 0.05 ($p < 0.05$) en ambos casos quedó demostrado que existió relación entre ambas variables. Por tal motivo se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la alterna. El resultado reveló que en la medida en que el comportamiento de la calidad de servicios cambie, variará el grado de satisfacción de los estudiantes respecto a los aspectos relacionados con el profesor online y los aspectos relacionados con el contenido, ya que existe relación entre la calidad de servicios y las dimensiones mencionadas. Referente a los “Aspectos relacionados con el profesor online”, Surdez et al. (2018) revelaron que si existe un elemento que le da realce y mejor ponderación a la calidad de servicios en un centro superior universitario, es la participación efectiva del profesor, lo que exige que la organización establezca políticas educativas que fortalezcan la formación del docente y le permita innovar facilitando su bienestar y, para eso existen tres elementos claves que no se deben perder: Misión, objetivos y resultados. Estos tres elementos deben estar orientados a la búsqueda del bienestar de la sociedad. En cuanto a los contenidos, McClary (2013) resalta que estos deben ser actuales y relevantes que aporten un valor significativo y ofrezcan alternativas de solución a los problemas sociales que ameritan de profesionales capacitados.

Tabla 14*Relación entre la calidad de servicio y los aspectos académicos*

	Coefficiente de correlación	Calidad de servicio Sig. (bilateral)	N
Aspectos relacionados con el profesor online	,773**	.000	175
Aspectos relacionados con el contenido	,829**	.000	175

Relación entre Calidad de Servicio y el Aspecto Tecnológico de los Estudiantes.

Ho: No existe relación entre la calidad de servicios y el aspecto tecnológico de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Ha: Existe relación entre la calidad de servicios y el aspecto tecnológico de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Regla de decisión

Si p valor > 0.05 se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

Si p valor < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

En la tabla 15 se muestra la relación entre la calidad de servicio y aspecto tecnológico, medidos con el coeficiente de correlación de Rho de Spearman cuyo resultado fue de $Rho = 0.827$ indicando una correlación positiva muy fuerte. Del mismo modo se visualizó que el nivel de significancia o p valor fue menor a 0.05 ($p < 0.05$) demostrando que existe relación entre ambas variables. De este modo se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la alterna. Si la organización planea incrementar el grado de satisfacción de los estudiantes respecto a los

aspectos tecnológicos, entonces debe mejorar la calidad de sus servicios, puesto que la calidad de servicios está relacionada con esta dimensión. Precisamente, Acevedo et al. (2020) señalan que las tecnologías digitales son consideradas como herramientas estratégicas para encaminar el aprendizaje, generar bienestar en los estudiantes y lograr su satisfacción, por ende, se requiere que las universidades estén actualizadas en competencias digitales. Esta relación enseña que la Universidad Peruana Unión puede mejorar su calidad de servicios aliándose de innovaciones tecnológicas ya que esto está relacionado con el grado de satisfacción de sus alumnos.

Tabla 15

Relación entre la calidad de servicio y aspecto tecnológico

	Calidad de servicio		
	Coefficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
Aspectos relaciones con el entorno virtual de enseñanza o aprendizaje (PatmOS)	,827**	.000	175

Relación entre Calidad de Servicio y el Aspecto Social de los Estudiantes.

Ho: No existe relación entre la calidad de servicios y el aspecto social de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Ha: Existe relación entre la calidad de servicios y el aspecto social de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Regla de decisión

Si p valor > 0.05 se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

Si p valor < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

En la tabla 16 se muestra la relación entre la calidad de servicio y el aspecto social. Esta relación fue medida por el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, dando una correlación positiva muy fuerte de $Rho=.702$ y un nivel de significancia de p menor a 0.05 ($p < 0.05$), lo que demostró aún más, que existe relación entre ambas variables. Por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Esto indicó que, para incrementar el grado de satisfacción de los alumnos concerniente a los aspectos relacionados con la comunicación, la Universidad Peruana Unión podría trabajar mejorando la calidad de sus servicios ya que esta variable se relaciona con la dimensión mencionada. Si no lo hace, el grado de satisfacción de los alumnos va a disminuir, puesto que esta dimensión se verá afectada en función al comportamiento de la calidad de servicios. A propósito, Flores (2019) mencionó que, pese a los avances tecnológicos, los estudiantes deben tener espacios que les permitan intercambiar sus conocimientos entre ellos e interactuar con el docente. Si esto no se da, el alumno no se sentirá satisfecho y la universidad estará poniendo en riesgo la calidad de sus servicios en esta dimensión. Para evitarlo, Rojas et al. (2014) sugieren que es importante ver al aula como una comunidad de aprendizaje en la cual el docente es el facilitador de recursos de aprendizaje de manera estratégica.

Tabla 16

Relación entre calidad de servicio y el aspecto social

	Calidad de servicio		
	Coeficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
Aspectos relacionados con la comunicación	,702**	.000	175

Relación entre Calidad de Servicio y el Aspecto Espiritual de los Estudiantes.

Ho: No existe relación entre la calidad de servicios y el aspecto espiritual de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Ha: Existe relación entre la calidad de servicios y el aspecto espiritual de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.

Regla de decisión:

Si p valor > 0.05 se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

Si p valor < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

La tabla 17 muestra la relación entre la calidad de servicio y el aspecto espiritual. Esta relación fue medida por el coeficiente de correlación de Rho de Spearman y cuyo resultado fue de $Rho=.707$ indicando una correlación positiva muy fuerte. Además, el nivel de significancia o p valor fue menor a 0.05 ($p < 0.05$) lo que demostró que existe relación entre ambas variables. En tal sentido, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la alterna. Estos resultados indican que en la medida en que la organización mejore la calidad de servicios, el grado de satisfacción de los estudiantes incrementará. Así, Farinha et al. (2018) refieren que la calidad de servicios que brinda un centro educativo está ligada al bienestar de sus estudiantes y la motivación para encontrar un propósito para sus vidas, principios y valores. Por lo tanto, el interés de la Universidad Peruana Unión por fortalecer los aspectos espirituales en sus estudiantes es un valor distintivo de la organización en comparación con otros centros de educación superior.

Tabla 17

Relación entre calidad de servicio y el aspecto espiritual

Calidad de servicio

	Coefficiente de correlación	Sig. (bilateral)	N
Aspecto espiritual	,707**	.000	175

Resultados complementarios - Nivel de satisfacción

Nivel de Satisfacción entre la Calidad de Servicios y las Dimensiones de la Variable Satisfacción. Como parte de los resultados complementarios, se muestra el grado de satisfacción respecto a la calidad de servicios y cada una de las dimensiones de la variable Satisfacción. Asimismo, se evaluó el grado de satisfacción de la variable Satisfacción con cada una de las dimensiones de la calidad de servicios.

Calidad de Servicio y Aspectos relacionados con el Profesor Online. El rol del docente es un aspecto importante por evaluar si se desea mejorar la calidad de los servicios en una universidad. En la tabla 18 se aprecia el nivel de satisfacción de los estudiantes sobre la calidad de servicios vinculados a los aspectos relacionados con el profesor online. Los resultados muestran que un 43% de los estudiantes estuvo satisfecho, un 29% estuvo muy satisfecho y el otro 29% insatisfecho. Viñals y Cuenca (2016) sostienen que si los estudiantes no están plenamente satisfechos con la metodología de enseñanza por parte de sus docentes, se deben tomar medidas correctivas con urgencia. Además, es deber del docente actualizar sus conocimientos y diseño de enseñanza, porque el contexto social en el que viven los jóvenes no es el mismo, ellos han adquirido rasgos diferenciados marcados por la era digital y es distinta a las generaciones anteriores.

Tabla 18

Grado de satisfacción entre la calidad de servicio y los aspectos relacionados con el profesor online

	Aspectos relacionados con el profesor online					
	Insatisfecho		Satisfecho		Muy satisfecho	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Calidad de servicio	50	28.6%	75	42.9%	50	28.6%

Calidad de servicio y Aspectos relacionados con el Contenido. En la tabla 18 se aprecia que un 41% de los estudiantes está satisfecho con la calidad de servicios referidos al contenido, un 30% está muy satisfecho mientras que el 29%, insatisfecho.

Tabla 18

Grado de satisfacción entre la calidad de servicio y los aspectos relacionados con el contenido

	Aspectos relacionados con el contenido					
	Insatisfecho		Satisfecho		Muy Satisfecho	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Calidad de servicio	51	29.1%	72	41.1%	52	29.7%

Calidad de servicio y aspectos relacionados con la comunicación. La tabla 20 revela que un 55% de los estudiantes está satisfecho con la calidad de servicios respecto a los aspectos relacionados con la comunicación, un 19% está muy satisfecho, mientras que un 26% se muestra insatisfecho.

Tabla 20

Grado de satisfacción entre la calidad de servicio y los aspectos relacionados con la comunicación

	Aspectos relacionados con la comunicación					
	Insatisfecho		Satisfecho		Muy satisfecho	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Calidad de servicio	33	18.9%	96	54.9%	46	26.3%

Calidad de Servicio y Aspectos relacionados con el Entorno Virtual de Enseñanza.

Viñals y Cuenca (2016) aseveran que las tecnologías digitales y el acceso a Internet han sido los elementos más predominantes que más han transformado el contexto del proceso educativo. En la tabla 21 se aprecia que un 47% de los estudiantes estuvo satisfecho con la calidad de servicios que brindó la Universidad Peruana Unión respecto a los aspectos relacionados con el entorno virtual de enseñanza, un 27% estuvo muy satisfecho y el otro 26% insatisfecho. Además, Viñals y Cuenca (2016) afirman que los jóvenes tienen disponible abundante información en la red pero que es necesario que las universidades construyan sus plataformas virtuales con contenido confiable y que sea útil para el aprendizaje.

Tabla 21

Grado de satisfacción entre la calidad de servicio y los aspectos relacionados el entorno virtual de enseñanza

Aspectos relacionados con el entorno virtual de enseñanza					
Insatisfecho		Satisfecho		Muy satisfecho	
Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
47	26.9%	82	6.9%	46	6.3%

Calidad de Servicio y el Aspecto Espiritual. Para Abanades (2016), en la actualidad las universidades están dando más importancia al desarrollo emocional de sus alumnos porque se están dando cuenta que muchos profesionales no gestionan correctamente sus emociones y eso afecta su desempeño laboral. En la tabla 22 se aprecia que un 47% de los estudiantes estuvo satisfecho con la calidad de servicios en cuanto a la espiritualidad de enseñanza se refiere, un 28% quedó satisfecho, mientras que un 25%, insatisfecho.

Tabla 22

Grado de satisfacción entre la calidad de servicio y los aspectos relacionados con la espiritualidad

	Aspectos relacionados con la espiritualidad					
	Insatisfecho		Satisfecho		Muy satisfecho	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Calidad de servicio	49	28.0%	83	47.4%	43	24.6%

A partir de los resultados procesados es ostensible que la Universidad Peruana Unión necesita mejorar la calidad de sus servicios en cuestión de sus contenidos. Esto significa que Aspectos relacionados a los contenidos es la dimensión con mayor falencia y precisa tomar medidas correctivas para generar mayor satisfacción en los estudiantes.

Nivel de Satisfacción entre la Variable Satisfacción y las Dimensiones de la Variable Calidad de Servicios.

Satisfacción y Empatía. La tabla 23 muestra el grado de satisfacción en función a la empatía y revela que un 43% de los estudiantes estuvo satisfecho, el 29% muy satisfecho y el 27% insatisfecho.

Tabla 23

Grado de satisfacción de la empatía

	Empatía					
	Insatisfecho		Satisfecho		Muy satisfecho	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Satisfacción	48	27.4%	76	43.4%	51	29.1%

Satisfacción y Fiabilidad. En la tabla 24 se aprecia el grado de satisfacción en función a la fiabilidad y muestra que un 57% de los estudiantes estuvo satisfecho, el 28% muy satisfecho y un 15% insatisfecho.

Tabla 24*Grado de satisfacción de la fiabilidad*

	Fiabilidad					
	Insatisfecho		Satisfecho		Muy satisfecho	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Satisfacción	26	14.9%	100	57.1%	49	28.0%

Satisfacción y seguridad. En la tabla 25 se muestra el grado de satisfacción en función a la seguridad y revela que un 43% de los estudiantes estuvo satisfecho, un 29% muy satisfecho y un 27% insatisfecho.

Tabla 25*Grado de satisfacción de la seguridad*

	Seguridad					
	Insatisfecho		Satisfecho		Muy satisfecho	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Satisfacción	48	27.4%	76	43.4%	51	29.1%

Satisfacción y Capacidad de Respuesta. En la tabla 26 se muestra el grado de satisfacción en función a la seguridad y refleja que un 55% de los estudiantes estuvo satisfecho, un 23% muy satisfecho y un 22% insatisfecho.

Tabla 26*Grado de satisfacción de la capacidad de respuesta*

	Capacidad de respuesta					
	Insatisfecho		Satisfecho		Muy satisfecho	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Satisfacción	39	22.3%	96	54.9%	40	22.9%

Satisfacción y Contenido del Sitio Web. En la tabla 27 se aprecia el grado de satisfacción en función al sitio web. La tabla 26 muestra que un 49% de los estudiantes estuvo satisfecho, un 28% muy satisfecho y un 25% insatisfecho.

Tabla 27

Grado de satisfacción del contenido del sitio web

	Contenido del sitio web					
	Insatisfecho		Satisfecho		Muy satisfecho	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Satisfacción	44	25.1%	86	49.1%	45	25.7%

En resumen, la cifra más alta de satisfacción correspondió a la dimensión Fiabilidad (57%), en tanto, los estudiantes han estado menos satisfechos con las dimensiones Empatía y Seguridad (43%, en ambos casos). En ese sentido, la Universidad Peruana Unión deberá fortalecer estas dimensiones, sensibilizar a su personal de la necesidad de generar más empatía y seguridad en la relación que establecen con los estudiantes y así incrementar los niveles de satisfacción en el alumnado.

Discusión

La hipótesis general de este estudio señala que existe relación significativa entre la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión. En efecto, la relación encontrada fue de $Rho = 0.865$ lo que indicó una correlación positiva muy fuerte, confirmando que sin calidad en los servicios no se logra la satisfacción del cliente. Por eso, una búsqueda primordial y constante de todo ente debería ser brindar calidad en los servicios que ofrece. Para Duque et al. (2017), asegurar la calidad en los servicios le da valor, estabilidad, sustento social y económico a toda organización; sobre todo en un contexto cambiante e inestable, propio de este siglo

contemporáneo. Por ello, considero que los centros de educación superior han sido creados con el fin de preparar y formar individuos en diferentes áreas del saber que sirvan a la sociedad como entes productivos dando solución a los diversos problemas sociales, económicos, políticos; si esto no se realiza, no hay razón de una formación académica. Por lo tanto, su participación responsable que deben asumir las universidades es importante y requiere de responsabilidad. En tal sentido, para Veas et al. (2019), los estudiantes son cada vez más exigentes y están informados de las ofertas educativas a nivel mundial, por lo tanto, las instituciones de educación superior tienen que adaptarse a las demandas de sus clientes. Considero que los alumnos están en todo su derecho de exigir, con respeto y consideración, calidad en los servicios que les brinda su ente formativo porque su futuro y el de toda su nación están comprometidos con la formación que hoy reciben. La calidad en los servicios de un centro de formación académica se trata de un derecho moral, de un compromiso social, de respeto al individuo. Analistas como Inquilla et al., (2017) aseveran que el nivel de compromiso de la universidad en la formación del estudiante es la que puede ser determinante en el éxito o fracaso de la realización del profesional aunque esto no le inhiba al alumno la responsabilidad de buscar incrementar sus conocimientos por sus propios medios y creo que si hay un verdadero compromiso por ambas partes (estudiante y ente formativo) se mejoraría la educación.

Otro asunto que no se puede soslayar en esta discusión es la satisfacción del cliente. Se debe tener presente que cuando los clientes están satisfechos, se vuelven referentes potenciales para otros nuevos clientes y de esa manera los ingresos crecen. Al haber incremento de ingresos, hay capacidad de pago, oportunidad de crecimiento, nuevas inversiones y más posibilidad de mejorar el servicio. Desde nuestra perspectiva, la calidad en el servicio es lo que asegura la permanencia y crecimiento de toda empresa, puesto que los clientes hacen posible la generación

de ganancias y dinamizan la economía. Por ello, es un riesgo muy alto descuidar la satisfacción del cliente.

También es notorio que la calidad de servicio de un centro de educación superior tiene mucha relación con la participación del docente. En este estudio, la relación fue de 0.773 revelando una correlación positiva muy fuerte. Si bien es cierto que un docente de calidad ama su trabajo y desempeña una labor muy sacrificada y a veces poco valorada; sin embargo, un verdadero docente no solo es quien trasmite conocimientos o quien facilita el aprendizaje, sino que es aquel que, empleando diversas metodologías y capacitándose constantemente, hace posible que el estudiante desarrolle su capacidad de juicio y análisis. El docente debe tomar conciencia que trabaja con la mente de sus alumnos y su trabajo va a influenciar para bien o para mal. Para White (2000), tratar con las mentes juveniles es la obra más hermosa en que se haya empeñado en todos los tiempos a hombres y mujeres, se debe ejercer el mayor cuidado en la educación de los jóvenes y es propio de la educación de calidad despertar las facultades más elevadas y nobles de la mente. También, González et al. (2011) mencionan que el vínculo del docente con el alumno se vuelve tan fuerte que se convierte en una inspiración para la búsqueda constante de aprendizaje. De ahí nuestra consideración de que, además del conocimiento, este debe ir acompañado de creatividad y el desarrollo de las habilidades blandas para así generar confianza con el estudiante y ayudarlo a gestionar correctamente sus emociones, sobre todo cuando esta pandemia de la COVID-19 ha elevado las cifras de personas que se sienten solas y tristes a tal punto de caer en cuadros depresivos.

En este estudio llama la atención que, si bien un 43% y 29% están satisfechos y muy satisfechos con la participación de los docentes respectivamente, hay un 29% que no lo está. Probablemente, algunos alumnos consideran que el docente no se abastece para ellos o quizás

extrañan el contacto personal y el cambio drástico de una comunicación por una computadora les resulta incómodo y no se sienten considerados. También es factible que algunos de sus docentes no se han mostrado capaces de responder sus dudas o no diversificaron su metodología para llegar a todos los alumnos. Puga y Jaramillo (2015) señalan que el docente debe reinventarse y proponer metodologías activas fundamentales en la participación constante que le permita al alumno articular los conocimientos adquiridos y eso hará que el estudiante se motive a despertar su ingenio en la solución de problemas. Por lo tanto, es preciso transformar una enseñanza tradicional en una enseñanza activa, participativa e interdisciplinaria. Al margen de que los resultados fueron favorables para la Universidad Peruana Unión, hay aspectos que pueden reforzarse o implementarse como, por ejemplo, que los docentes formen parte de la creación de los planes de mejora, es decir, el docente tiene que establecer comunicación con los directores, transmitir los desafíos que ha tenido en esta primera experiencia a fin de planear y organizar estrategias que permitan dar continuidad a la enseñanza resguardando la calidad de la misma. Para Baptista et al. (2020), el docente precisa evaluar sus recursos, rediseñar sus actividades, considerar nuevas formas de enseñanza y ser el mejor respaldo de la calidad educativa.

De igual modo, durante este periodo se debe buscar garantizar la continuidad del aprendizaje (Baptista et al. 2020). Estamos ante un escenario en el que los sistemas educativos del mundo promueven que los alumnos sigan aprendiendo porque la información y el aprendizaje están a solo un clic de distancia. La relación entre la calidad de servicios y los aspectos relacionados al contenido fue de 0,829. Esto evidencia que no se puede evaluar la calidad de servicios en un centro de educación superior si no se considera el contenido. Este conduce el aprendizaje, genera conocimiento y repercute en el desarrollo profesional del estudiante. García et al. (2015) refieren que el contenido debe ser contemplado en un enfoque

curricular, estar basado en competencias y ser el pilar para fortalecer el aprendizaje. A esto hay que añadir que el contenido impartido debe estar actualizado y ser útil para suplir las necesidades de la sociedad. El conocimiento es vasto, este mundo contemporáneo facilita la tarea de conocer la ciencia en todas sus facetas y los estudiantes deberían agenciarse de esta ventaja y verificar, profundizar e investigar más respecto al contenido que reciben en clases. Para Salgado (2014), la población estudiantil requiere asumir la responsabilidad de su aprendizaje. Esto implica que el estudiante contribuirá al desarrollo de sus capacidades manifestando juicio crítico, aun si este difiere de la del docente; precisamente en el intercambio de conocimientos está la riqueza del aprendizaje. Sánchez (2018) afirma que los contenidos impartidos deben lograr que los estudiantes desarrollen sus capacidades, habilidades, destrezas y actitudes que hagan posible que ellos dispongan de múltiples recursos para actuar competentemente. Precisamente por la relación tan estrecha entre la calidad de servicios y los aspectos relacionados al contenido es que se debería prestar cuidado al grado de satisfacción de esta dimensión. Por ejemplo, el presente estudio reveló que el 29% de los estudiantes no estaban satisfechos con el contenido. En tal sentido, corresponde a la Universidad Peruana Unión evaluar la calidad de los contenidos de los cursos, tal vez se necesite más contenido científico, se requiera rediseñar o actualizar la malla curricular o evaluar las exigencias actuales del mercado para adecuar el contenido e incluso tomar en cuenta lo mencionado por Araya et al. (2020) quienes afirman que hay asignaturas que requieren proximidad y contacto y como consecuencia se debería considerar la posibilidad de hacer una pausa para reactivarlas cuando se pueda retomar el contacto, esto es, cuando la pandemia de la COVID-19 haya pasado.

Respecto a la dimensión Comunicación, el presente estudio demostró que sí tiene relación con la calidad de servicios lo que prueba que no se puede entablar lazos afectivos sin

comunicación y es imposible generar aprendizaje sin este importante elemento. Cuando la comunicación es asertiva y se da en un escenario apropiado las universidades pueden relacionarse con sus estudiantes para elevar la satisfacción en ellos, su confianza y lealtad. Por su parte, Guadarrama y Rosales (2015) consideran que mantener una buena comunicación con los clientes ayuda a la rentabilidad de las organizaciones. En efecto, los centros de estudios superiores deberían fortalecer la gestión de la relación con sus estudiantes, interactuar con ellos y conocer cuáles son sus necesidades y expectativas; hacer eso permitirá que la universidad evalúe si en efecto está respondiendo con eficiencia. Guadarrama y Rosales (2015) afirman que para estar al tanto de los gustos, preferencias y necesidades de los clientes es necesario desarrollar un sistema de comunicación y, a partir de ahí, obtener información para la toma de decisiones en beneficio de ambas partes. En esta investigación, la relación entre la calidad de servicios y los aspectos relacionados a la comunicación alcanzó una cifra de 0.702 indicando una relación positiva significativa. No obstante, el 19% se ha sentido insatisfecho con la calidad de servicios que ha recibido respecto a esta dimensión. Es comprensible que un grupo de estudiantes haya percibido problemas en la comunicación, pues la comunicación en un medio virtual difiere significativamente de la de un ambiente presencial. En ese sentido, Murillo y Duk (2020) recomiendan a las universidades modificar sus mecanismos de comunicación en la pedagogía para adecuarse a los de la teleeducación, mientras que Baptista et al. (2020) señalan que la comunicación debe garantizar la continuidad del aprendizaje y fortalecer el vínculo entre maestros y estudiantes.

No hay duda de que la COVID-19 nos ha obligado a cambiar muchos aspectos de nuestra vida desde nuestra forma de saludarnos hasta la forma de trabajar y estudiar. En ese escenario la tecnología se ha convertido en una gran aliada para enfrentar los desafíos de comunicación en la

educación. En esta nueva modalidad de enseñanza se establece un triángulo de aprendizaje que implica la participación del docente, la tecnología y el estudiante (UNESCO, 2020). En tal sentido, era de esperar encontrar relación entre la calidad de servicios y el aspecto tecnológico. Islas et al. (2017) mencionan que las tecnologías, la diversidad de modalidades de aprendizaje (e-learning, b-learning, u-learning), la información masiva y la globalización son algunos de los factores que marcan el proceso de enseñanza y aprendizaje y, en consecuencia, forman parte de los criterios que los estudiantes toman en cuenta para desarrollarse y realizarse profesionalmente en un contexto que cada vez es más exigente. Gastelú et al. (2011) afirman que las nuevas modalidades de enseñanza apoyadas en tecnologías de información y comunicación se han estado consolidando en muchas partes del mundo. En este estudio la relación entre calidad de servicios y la tecnología fue de 0.827, indicando una relación muy fuerte. En mi experiencia, para que exista calidad en el entorno virtual se debe considerar que la interfaz de software sea intuitiva, que la tipografía, colores y estilos sean atractivos y que los tiempos de espera de respuesta sean los adecuados. Para Guadarrama y Rosales, (2015), el entorno de enseñanza debe facilitar el intercambio y distribución de la información, con la finalidad de lograr los objetivos y metas de enseñanza. Sin embargo, pese a que el entorno virtual permite almacenar información, se necesita la participación activa del docente para la respectiva explicación y profundidad de la temática compartida. Además, pese a que la enseñanza sea remota se requiere que estén presentes elementos de planeación, organización, dirección y control e incluso socialización en el ambiente virtual. Es cierto que la tecnología ha ayudado mucho para que la educación en todo el mundo, y en la Universidad Peruana Unión, no detenga su curso; sin embargo, en la organización en estudio hay un 27% que no está satisfecho con la calidad de servicio que ha recibido en el

entorno virtual de enseñanza. Esta cifra señala que se debe seguir mejorando la plataforma virtual PatmOS para generar una mejor experiencia en el aprendizaje.

Otro elemento importante es el aspecto espiritual. Según Jaramillo et al. (2008), el ser humano es un ser integral, vale decir, no solo es un individuo biopsicosocial, sino también espiritual. Prescindir de esta dimensión de la vida sería desconocer aspectos medulares del desarrollo de la persona. Elena de White sostiene que “no podemos permitir que se separe la preparación espiritual de la intelectual. Esto forma la base de todo verdadero conocimiento”. A lo largo de los años de estudio en la Universidad Peruana Unión, el soporte espiritual de parte de los docentes y especialmente de los pastores ha sido un pilar valioso para nuestra formación como profesionales. El énfasis en esta dimensión del ser humano hace de la Universidad Peruana Unión una institución diferente y especial. Establecer una relación entre la calidad de servicios y el aspecto espiritual genera muchos beneficios: forma a profesionales más serviciales, promueve la práctica de valores, genera una capacidad de juicio que está orientada a la voluntad divina, amplía y mejora la cosmovisión de la vida, de Dios y de ellos mismos. Para Salgado (2015), la espiritualidad favorece al logro de estilos de vida y comportamientos más sanos. Los estudiantes que gozan de buena salud tienen más capacidades de procesar información y de aprender. Salgado (2017) concluye su investigación con la premisa de que la espiritualidad impacta de manera favorable a la educación. Por su parte, para Araya et al. (2020), las universidades no solo deben enfocarse en temas técnicos, sino que además deben atender las necesidades emocionales de sus alumnos pues estas sean agudizadas debido a la pandemia por lo que se hace imperativo mayor acompañamiento emocional que antes. Salgado (2015), a su vez, refiere que es indudable el rol que tiene la espiritualidad en la vida del ser humano, para darle sentido y una motivación para seguir. El desarrollo espiritual permite estar en armonía consigo mismo, con los demás y

especialmente con Dios. Por último, Araya et al. (2020) asevera que se ha incursionado en una etapa de alta tecnología, pero que no se debería descuidar el contacto personal y atención individualizada entre la comunidad académica y los estudiantes.

Finalmente, las universidades no pueden permanecer estáticas en un mundo que es tan versátil, es necesario que se estudien las necesidades de la sociedad y la demanda laboral para formar profesionales de calidad y lograr que ellos se sientan útiles. Al respecto, Jinés (2004) afirma que vivimos tiempos en que la sociedad está sufriendo cambios drásticos y es necesario que las universidades se adapten pronto para que no se conviertan en una institución obsoleta que ya no responde a las demandas sociales. No cabe duda que la educación es el canal más viable para mejorar el futuro de nuestro país. Sin educación, no hay progreso, no hay respeto por los derechos humanos. Por ende, es responsabilidad de las universidades comprometerse con la educación de sus estudiantes, lo que implica asegurar que la calidad de sus servicios genere satisfacción en sus estudiantes y los prepare para los desafíos de este siglo.

CAPÍTULO V

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Considerando los objetivos de la presente investigación, se concluyó lo siguiente:

- ✓ La relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de la COVID-19 fue de 0.865, demostrando una correlación positiva muy fuerte. De hecho, en la medida en que la universidad mejore la calidad de sus servicios, el nivel de satisfacción de sus estudiantes aumentará. Además, la investigación también concluye que la universidad ha sabido gestionar correctamente sus servicios pese al poco tiempo que ha tenido para adaptarse a la modalidad remota debido a la pandemia y, como resultado de su esfuerzo, la mayoría de los estudiantes ha quedado satisfecho. Sin embargo, el presente estudio también revela que es necesario que la universidad diseñe un plan de mejorar continua que permita mejorar la calidad de servicios y satisfacer, fidelizar y ampliar su cartera de clientes. Asimismo, las referencias consideradas en este estudio mostraron que cuando los estudiantes están satisfechos con la calidad de los servicios que reciben, se convertirán en los mejores referentes para otros y eso mejora los ingresos de la universidad, permite ejecutar planes de inversión, brindar capacitación continua a su personal y contar con colaboradores óptimamente calificados, y tiene más posibilidades de posicionarse mejor en el mercado competitivo.
- ✓ Existió una correlación positiva muy fuerte entre la calidad de servicios y el aspecto académico. Como se indicó, el aspecto académico estuvo conformado por los

- aspectos relacionados con el profesor y con el contenido. Respecto a esto, se encontró una correlación muy fuerte de 0.773 y 0.829, respectivamente. Si un centro de educación universitaria cuenta con docentes muy bien calificados y que dominan sus temáticas, son didácticos, logran que sus alumnos desarrollen su capacidad de juicio y, a su vez, los contenidos que desarrollan en clases son actuales, con carácter científico y responden a las necesidades de la sociedad, como resultado de una gestión adecuada en la calidad de servicios, entonces generará que el estudiante esté satisfecho con el aspecto académico.
- ✓ La relación entre la calidad de servicios y el aspecto tecnológico (entorno virtual de enseñanza o aprendizaje: PatmOS) fue de 0.827, lo que indicó una relación positiva muy fuerte. Este resultado reveló que para dar continuidad a las clases universitarias en este escenario de pandemia por la COVID-19, la tecnología se ha convertido en una de las herramientas más valoradas para evaluar la calidad de servicios de los centros de educación superior. Por lo que, habilitar con eficiencia el entorno virtual de enseñanza, facilitar una navegación sencilla con un diseño útil, atractivo, con un tiempo adecuado de respuesta; permitirá una mejor experiencia en la navegación e incrementará la valoración a la calidad de servicios que reciben los estudiantes y hará que ellos se sientan más satisfechos.
 - ✓ Hubo una relación positiva muy fuerte de 0.702 entre la calidad de servicios y el aspecto social (aspectos relacionados con la comunicación). En un escenario en el que los docentes no pueden mantener contacto físico con sus alumnos por la crisis sanitaria que se viene atravesando en todo el mundo, la comunicación asertiva es imprescindible para que las universidades generen y mantengan buenas relaciones

interpersonales y logren dar continuidad a sus clases a fin de generar conocimiento y aprendizaje mediante herramientas de comunicación (foros, chat, correos) que permitan la interacción de docente a alumno y viceversa.

- ✓ Se determinó que hubo una relación positiva muy fuerte de 0,707 entre la calidad de servicios y el aspecto espiritual. La Universidad Peruana Unión está convencida de que el ser humano es un ser biopsicosocial pero también espiritual. Por eso, la universidad considera fundamental brindar una educación integral con una orientación espiritual. Como consecuencia, en este estudio, los estudiantes afirmaron que han desarrollado su fe en Dios, su vida de oración y estudio de la Biblia e incluso percibieron en sus docentes un modelo espiritual que les gustaría imitar. Esta educación completa hace que la Universidad Peruana Unión tenga valor diferenciado, por eso si se fortaleciera este aspecto, más padres matricularían a sus hijos en esta institución y se sumarían más alumnos, porque la realidad evidencia que en el mundo de hoy se le da más importancia a adquirir solo conocimientos y se olvida que a un profesional cabal también le debe acompañar la práctica de valores y en la Universidad Peruana Unión este es un aspecto que no se debe descuidar.

5.2. Recomendaciones

A continuación, se brinda una lista de recomendaciones para cada conclusión que aporta este estudio.

Dado que existió una correlación positiva muy fuerte entre la calidad de servicios y la satisfacción, se sugiere que:

- ✓ La Universidad Peruana Unión realice una encuesta de opinión, una vez en cada ciclo académico, concerniente a la calidad de servicios y la satisfacción de sus estudiantes.

- ✓ El alumnado forme un equipo conformado por ellos mismos que los represente para ser portavoces de ideas y planes de mejora para la universidad.
- ✓ Se lleven a cabo investigaciones que cumplan con los estándares de calidad exigidas por las bases de datos de alto reconocimiento.
- ✓ Se monitoree constantemente la calidad de su personal administrativo y docente.
- ✓ Se asegure la calidad tecnológica en la que se llevan a cabo las clases remotas.
- ✓ Se cuide y asegure que la comunicación entre el personal de la Universidad Peruana Unión sea siempre con respeto.
- ✓ Se establezcan procedimientos de trámites claros, concisos y de respuesta rápida.

En cuanto a las sugerencias para mejorar el aspecto académico, comprende dos aspectos: participación del docente y calidad de los contenidos.

Por lo tanto, respecto a la participación del docente, se recomienda:

- ✓ Capacitar constantemente a los docentes con temas de innovación y metodología.
- ✓ Brindarles facilidades para acceder a un plan de crecimiento profesional, como cursos de actualización, especialización, maestrías y doctorados.
- ✓ Proveerles espacios de capacitación del uso de las herramientas de tecnología y el entorno virtual en que se van a desenvolver.
- ✓ Capacitar a los docentes y estudiantes para el uso eficiente del entorno virtual que les permitirá tener una mejor experiencia en el aprendizaje.
- ✓ Contar con un equipo representativo de docentes que sean portavoces de sus principales necesidades y recomendaciones frente a la gerencia u órgano que corresponda.
- ✓ Brindarles apoyo y asistencia para mejorar y asegurar la buena conexión de internet que es vital para dar continuidad a las clases y lograr la comprensión de los temas.

- ✓ Generar espacios de recreación online entre los docentes y la administración que permita controlar el estrés y fortalecer sus relaciones interpersonales.
- ✓ Proveer a los docentes los criterios de evaluación a los que serán sometidos y lo que se espera de ellos. Asimismo, las posibles sanciones al no cumplir debidamente con sus responsabilidades.
- ✓ Contar con docentes que dominen sus contenidos pero que además tengan una buena metodología y sepan comunicar correctamente sus contenidos.
- ✓ Contar con docentes que sean de inspiración para sus alumnos en líneas de servicio e investigación.
- ✓ Promocionar incentivos para su personal y supervisar su desempeño.
- ✓ Que los docentes evalúen y provean retroalimentación constructiva a sus estudiantes.
- ✓ Que los administradores y evaluadores correspondientes se involucren en la supervisión del proceso de evaluación para garantizar que la información tenga el contenido y la calidad necesaria.

Respecto al aspecto académico se sugiere:

- ✓ Formar un comité por áreas de estudio y revisar la malla curricular a fin de evaluar si los contenidos que están proporcionando estén actualizados. En su defecto, actualizar la malla curricular.
- ✓ Elaborar la malla curricular basándose en investigaciones de carácter científico y que sean actuales (manteniendo sus ideales cristianos), considerando la demanda laboral actual y las necesidades contemporáneas de la sociedad.

En cuanto al aspecto tecnológico, es decir el entorno virtual de enseñanza (PatmOS):

- ✓ Se recomienda usar el entorno virtual PatmOS para almacenar y proveer información actual y útil vinculada a la temática que los alumnos van desarrollando y temas diversos como cultura general, economía, política y contenido espiritual.
- ✓ Vincular a PatmOS con páginas de carácter científico para generar un acceso rápido.

Concerniente a los aspectos relacionados a la comunicación, se sugiere:

- ✓ Seguir fortaleciendo el feedback constante entre los docentes y estudiantes a fin de encaminar el aprendizaje, progreso y evaluación del aprendizaje y generar actividades que permitan la interacción entre los alumnos.

Finalmente, en cuanto al aspecto espiritual, es necesario:

- ✓ Fortalecer el acompañamiento espiritual con el fin de brindar soporte emocional en este tiempo de pandemia cuando muchos estudiantes están perdiendo a sus seres queridos o están atravesando una situación difícil.
- ✓ Facilitar y establecer citas de consejería espiritual.
- ✓ Motivar la participación en actividades con énfasis espiritual.

Referencias

- Abanades Sánchez, M. (2016). Nuevo perfil del docente en la educación superior: Formación, competencias y emociones. *Opcion*, 32(Special Issue 8), 17–37.
<https://www.redalyc.org/pdf/310/31048481002.pdf>
- Acevedo Duque, Á., Arquíello, A., Pineda, B., & Urcios, P. (2020). Competencias del docente en educación online en tiempo de COVID-19: Universidades Publicas de Honduras. *Redalyc*.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/280/28064146014/html/index.html>
- Aguilar Salinas, W. E., de las Fuentes-Lara, M., Justo López, A., & Rivera Castellón, R. E. (2019). Perception of students about the blended learning in the teaching of the basic engineering sciences. A university case study. *Scielo*, 12(3), 15–26.
<https://doi.org/10.4067/S0718-50062019000300015>
- Alexander, B., Ashford Rowe, K., Barajas Murphy, N., Dobbin, G., Knott, J., McCormack, M., Pomerantz, J., Seilhamer, R., & Weber, N. (2019). *EDUCAUSE Horizon Report 2019 Higher Education Edition*. <https://library.educause.edu/-/media/files/library/2019/4/2019horizonreport.pdf>
- Álvarez Bottello, J., Chaparro Salinas, E. M., & Reyes Pérez, D. E. (2014). Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación. *REICE*, 13(2), 5–26. www.rinace.net/reice/
- Álvarez, J., Chaparro, E., & Reyes, D. (2015). Estudio de la satisfacción de estudiantes con servicios educativos brindados por instituciones de educ superior. *REICE: Revista Electrónica Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio En Educación*, 13(2), 5–26.
- Araya, C., Arim, R., Costa Freitas Ana María, Garza, D., Knobel, M., Gómez Ortega, J., Paredes, C., Humberto Peleáz, P. J., Roekaert Embrechts, E., Rojas, Á., & Villar, A. (2020). *La educación superior en tiempos de COVID-19: Aportes de la Segunda Reunión del Diálogo*

Virtual con Rectores de Universidades Líderes de América Latina.

<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-educacion-superior-en-tiempos-de-COVID-19-Aportes-de-la-Segunda-Reunion-del-Diálogo-Virtual-con-Rectores-de-Universidades-Lideres-de-America-Latina.pdf>

Araya Castillo, L. A. (2017). *PhD in Business* [Universidad de Barcelona].

http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/121072/1/LAAC_TESIS.pdf

Arellano Díaz, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Dominio de Las Ciencias*, 3(3), 72–83.

Audrain Pontevia, A.-F., & Evrard, Y. (2001). Satisfaction des consommateurs : précisions conceptuelles. *Actes Du 17ème Congrès de l'AFM, May*.

<https://doi.org/10.13140/2.1.1432.4166>

Banco Mundial. (2021). *World Bank Open Data / Data*. <https://datos.bancomundial.org/>

Baptista Lucio, P., Almazán Zimmerman, A., & Loeza Altamirano, C. A. (2020). Encuesta Nacional a Docentes ante el COVID-19. Retos para la educación a distancia. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 50(ESPECIAL), 41–88.

<https://doi.org/10.48102/rlee.2020.50.especial.96>

Barbara Duch, S. G., & Deborah, A. (2006). El Poder del Aprendizaje Basado en Problemas.

Revista Innovar, 5, 5–7. <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v16n28/v16n28a14.pdf>

Berdugo Correa, C. R., Barbosa Correa, R. A., & Prada Angarita, L. M. (2016). Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario. *DYNA (Colombia)*, 83(197), 213–222. <https://doi.org/10.15446/dyna.v83n197.55426>

Bermúdez Tapia, M. (2020). *El Covid-19 frente a la SUNEDU en la evaluación de la calidad de la Educación Superior*. <https://icj.pe/2020/04/21/el-covid-19-frente-a-la-sunedu-en-la->

evaluacion-de-la-calidad-de-la-educacion-superior/

Boelens, R., Voet, M., & De Wever, B. (2018). The design of blended learning in response to student diversity in higher education: Instructors' views and use of differentiated instruction in blended learning. *Computers and Education, 120*, 197–212.

<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.02.009>

Borré Ortiz, M. Y. (2013). *Calidad Percibida de la Atención de Enfermería por pacientes hospitalizados en Institución Prestadora de Servicios de Salud de Barranquilla*.

Universidad Nacional de Colombia.

Boullosa Ramírez, C., Huaylinos Bustamante, P., & Juzcamaita Montes, H. (2017). *Satisfacción del uso del aula virtual en estudiantes de segunda especialización del Instituto De*

Educación Superior Tecnológico Público Del Ejército [Universidad Marcelino

Champagnat]. <http://repositorio.umch.edu.pe/bitstream/UMCH/429/1/45>. Tesis

%28Boullosa Ramirez%2C Huaylinos Bustamante y Juzcamaita Montes%29.pdf

Brinkman, R., & Kirschner, R. (2018). *Cómo tratar con gente complicada: Saca lo mejor de los demás en sus peores*. House Grupo Editorial.

Cabero Almenara, J., & Llorente Cejudo, M. del C. (2015). Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC): escenarios formativos y teorías del aprendizaje. *Revista Lasallista de*

Investigación, 12(2), 186–193. <https://doi.org/10.22507/rli.v12n2a19>

Carrera Fernández, M. (2017). *Calidad del Servicio de las Residencias Universitarias y la Satisfacción de los Estudiantes Internos de la Universidad Peruana Unión Sede Lima, 2017*.

2017.

[https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1025/Mirla_Tesis_Maestría_2017.p](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1025/Mirla_Tesis_Maestría_2017.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
df?sequence=5&isAllowed=y

- Ceras Paucar, I. D., & Rios Gutierrez, S. L. (2015). *Propuesta de un sistema de información de ventas para mejorar la satisfacción de los clientes en la empresa "Ferre Construye" EIRL - Huancayo* [Universidad Nacional del Centro del Perú]. chrome-extension://dagcmkpagjlhakfdhnbomgmjdpkdklff/enhanced-reader.html?pdf=http%3A%2F%2Frepositorio.uncp.edu.pe%2Fbitstream%2Fhandle%2FU NCP%2F4086%2FCeras%2520Paucar.Rios%2520Gutierrez.pdf%3Fsequence%3D1%26is Allowed%3Dy
- Cooperberg, A. (2002). Las herramientas que facilitan la comunicación y el proceso de enseñanza-aprendizaje en los entornos de educación a distancia. *RED. Revista de Educación a Distancia*, 3, 0.
- Costa, R., Lino, M. M., Jatobá de Souza, A. I., Elisiane Lorenzini, Manfrini Fernandes, G. C., De Farias Brehmer, L. C., De Oliveira Vargas, M. A., Honório Locks, M. O., & Gonçalves, N. (2020). Enseñanza de enfermería en tiempos de covid-19: ¿Cómo reinventarla en este contexto? *Scielo*, 29. <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/1980-265x-tce-2020-0002-0002>
- Craig OCallaghan. (2020). *QS World University Rankings 2020 - Notas / Universidades principales*. QS World University Rankings 2020. <https://www.topuniversities.com/university-rankings-articles/world-university-rankings/qs-world-university-rankings-2020-notes>
- De la Cruz Vargas, A. (2017). *Calidad de servicio, satisfacción y lealtad, en los estudiantes de la Universidad Peruana Unión, 2016* [Universidad Peruana Unión]. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/1130>
- De la Hoz, F., Alvis Zakzuk, N. J., & Fernando De la Hoz, J. (2020). Is Colombia an example of successful containment of the COVID-19 2020 pandemic? A critical analysis of the

- epidemiological data. March to July 2020. *International Journal of Infectious Diseases*, July. <https://doi.org/10.1016/j.ijid.2020.08.017>
- De White Harmon, E. (2020). *Servicio Cristiano*.
<https://m.egwwritings.org/es/book/1779.85#101>
- Deloitte Insights. (2019). Tendencias tecnológicas 2019. *Deloitte Insights*, 10, 1–22.
- Domínguez Villalobos, L. (2006). *México: Empresa e innovación ambiental*. Miguel Ángel Porrúa.
- Duque Rengel, V. K., Abendaño Ramírez, & Benavides, A. V. (2017). Análisis de los factores de comunicación que inciden en la fidelización de los públicos universitarios. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 751–764. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1190>
- Ellen G. White. (2000). La Educación Cristiana. In ACES (Ed.), *La Educación Cristiana* (ACES). <https://m.egwwritings.org/es/book/1703.28#33>
- Espada, J. P., Orgilés, M., Piqueras, J. A., & Morales, A. (2020). Las buenas prácticas en la atención psicológica infanto-juvenil ante el COVID-19. *Clinica y Salud*, 31(2), 109–113. <https://doi.org/10.5093/CLYSA2020A14>
- Farinha, F. T., Banhara, F. L., Bom, G. C., Kostrisch, L. M. Von, Prado, P. C., & Trettene, A. dos S. (2018). Correlação entre espiritualidade, religiosidade e qualidade de vida em adolescentes. *Revista Bioética*, 26(4), 567–573. <https://doi.org/10.1590/1983-80422018264275>
- Fernández Batanero, J. M. (2012). Capacidades y competencias docentes para la inclusión del alumnado en la educación superior. *Revista de La Educación Superior*, 41.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602012000200001&lng=es&tlng=es

- Ferrerira Regina, A. (2018). La calidad de los servicios educativos y la satisfacción del estudiante extranjero de la Universidad Peruana Unión, Lima, 2017. In *Universidad Peruana Unión*. <https://doi.org/10.1587/transcom.E93.B.2477>
- Flores Moran, J. F. (2019). Artículo de posición. *San Gregorio*. <https://doi.org/https://doi.org/10.21149/10166>
- Florian Cardenas, K. C., & Soto Dueñas, A. K. (2018). Calidad de servicio y la satisfacción del estudiante en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, Lima-2018. In *Universidad Peruana Unión*. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/97>
- Galindo González, L. (2015). La educación ambiental en la virtualidad: un acercamiento al estado del arte. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 5(10), 335. <https://doi.org/10.23913/ride.v5i10.195>
- García Gajardo, F., Fonseca Grandón, G., & Concha Gfell, L. (2015). Aprendizaje y rendimiento académico en educación superior: un estudio comparado. *Actualidades Investigativas En Educación*, 15(3). <https://doi.org/10.15517/aie.v15i3.21072>
- Gastalver, M. (2017). *UF2382 - Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio*. Editorial Elearning.
- Gastelú, T., Arturo, C., María, A., & Vota, A. (2011). *Percepción de estudiantes de educación superior sobre sus competencias en las TIC en las universidades Autónoma de Chihuahua y Veracruzana*. <https://www.redalyc.org/pdf/688/68822737009.pdf>
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 2000(January 2000), 1. https://www.researchgate.net/publication/235357014_Defining_Consumer_Satisfaction

- González, C., Montenegro, H., López, L., Munita, I., & Collao, P. (2011). Relación entre la experiencia de aprendizaje de estudiantes universitarios y la docencia de sus profesores. *Calidad En La Educación*, 35, 21. <https://doi.org/10.31619/caledu.n35.95>
- González Contreras, A., Villalobos Pérez, Cristhian Hechenleitner, M., Vaccarezza Garrido, G., & Toirkens Niklitschek, J. (2019). Satisfacción académica y prácticas pedagógicas percibidas por estudiantes de salud de Chile. *Original*, 103–107. http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2014-98322019000300003
- Goodman, J. S. (2014). Flaking out: Student absences and snow days as disruptions of instruction time. *NBER Working Paper Series*, 20221, National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w20221>
- Gorbaneff, Y. (2006). Aprendizaje basado en problemas. *Innovar : Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 16(28), 244–246. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802815.pdf>
- Gordillo, L. D., Domínguez, B. M., Vega, C., De la Cruz, A., & Angeles, M. (2020). El marketing educativo como estrategia para la satisfacción de alumnos universitarios Educational Marketing as a Strategy for the Satisfaction of University Students. *N° SPE*, 8(1), 499. <https://doi.org/10.20511/pyr2020.v8nSPE1.499>
- Gryna, F., Chua, R., & DeFeo, J. (2007). (PDF) *Método Juran. Análisis y planeación de la calidad*. Innovar.
- Guadarrama Tavira, E., & Rosales Estrada, E. M. (2015). Marketing relacional: Valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica. In *Ciencia y Sociedad* (Ciencia y, Vol. 40, Issue 2). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87041161004>
- Gustems Carnicer, J., & Calderón, C. (2014). Empatía y Estrategias de Afrontamiento como

- Predictores del Bienestar en Estudiantes Universitarios Españoles. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 12, 19. <https://doi.org/10.14204/ejrep.32.13117>
- Hernández Cabrero, C. (2018). *Manual. Planificación del marketing de servicios (COMM041PO). Especialidades formativas*. Editorial CEP.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. . (2010). *Metodología de la investigación*.
https://www.academia.edu/23889615/_Hernández_Sampieri_R_Fernández_Collado_C_y_Baptista_Lucio_M_P_2010_
- Ibarra, L. E., & Casas, E. V. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Scielo*, 60(1), 229–260.
- IESALC-UNESCO. (2020). COVID-19 y educación superior : De los efectos inmediatos al día después Análisis de impactos , respuestas políticas y recomendaciones. *Unesco*, 44.
<http://www.iesalc.unesco.org/wp-content/uploads/2020/04/COVID-19-060420-ES-2.pdf>
- Inquilla Mamani, J., Calsina Ponce, W., & Velazco Reyes, B. (2017). La calidad educativa y administrativa vista desde dentro: Caso universidad nacional del altiplano – puno –perú 2017. *COMUNI@CCIÓN: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo*, 8(1), 5–15.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/empleo-disminuyo-25-en-lima-metropolitana-en-el-trimestre-febrero-marzo-abril-del-2020-12188/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *PERU Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI*. <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/nivel-de-educacion-alcanzado-8034/>

- Islas Torres, C., Carranza Alcántar, M. del R., Giné Freixes, N., & González Franco, B. M. (2017). Análisis del saber de los estudiantes universitarios sobre su proceso de aprendizaje. *CIENCIA Ergo Sum*, 24(3), 207–217. <https://doi.org/10.30878/ces.v24n3a2>
- Jaramillo, A. L., Carvajal, S. M., Marín, N. M., & Ramírez, A. M. (2008). Los estudiantes universitarios Javerianos y su respuesta al sentido de la vida. *Pensamiento Psicológico*, 4(11), 199–208. <https://www.redalyc.org/pdf/801/80111671013.pdf>
- Jinés Mora, J. (2004). La necesidad del cambio educativo para la sociedad del conocimiento. *Revista Ibero Americana*. <https://rieoei.org/historico/documentos/rie35a01.htm>
- Kotler, P. (2003). *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. Pearson Educación. <https://books.google.com.pe/books?id=XPWmfMEh2kkC&pg=PA296&dq=Dirección+de+Mercadotecnia,+de+Philip+Kotler,+8va+Edición&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiS28zw0bHrAhWwLLkGHTa3CEkQ6AEwAHoECAAQA#v=onepage&q=satisfacción&f=false>
- Lent, R. W., & Brown, S. D. (2008). Social cognitive career theory and subjective well-being in the context of work. *Journal of Career Assessment*, 16(1), 6–21. <https://doi.org/10.1177/1069072707305769>
- Lent, R. W., Singley, D., Sheu, H. Bin, Schmidt, J. A., & Schmidt, L. C. (2007). Relation of social-cognitive factors to academic satisfaction in engineering students. *Journal of Career Assessment*, 15(1), 87–97. <https://doi.org/10.1177/1069072706294518>
- Llorente Cejudo, M. del C. (2008). *Blended learning para el aprendizaje en nuevas tecnologías aplicadas en la educación: Un estudio de caso* [Universidad de Sevilla]. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/15015/K_Tesis-PORV11.pdf?sequence=1&isAllowed=y

López Gumucio, R. (2005). La calidad total en la empresa moderna. *Perspectivas*, 8(2), 67–81.

López, M., Arias Montoya, L., & Rave Arias, S. (2006). (No Title). *Scientia Et Technica*, 12, 147–152.

Luna Serrano, E., Ponce Ceballos, S., Cordero Arroyo, G., & Cisneros-Cohernour, E. (2018).

Marco para evaluar las condiciones institucionales de la enseñanza en línea. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(2), 1.

<https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.2.2072>

Mancilla Martínez, A. M., Ángeles de Jesús, J. C., & Orosto Plat, P. (2019). *Satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación e índice de retención en UICUI* [Universidad de Ixtlahuaca C.U.I]. <http://integracion-academica.org/31-volumen-7-numero-21-2019/252-satisfaccion-de-los-estudiantes-universitarios-con-su-educacion-e-indice-de-retencion-en-uicui>

Martin Fiorino, V., & Reyes, G. E. (2020). Desafíos y nuevos escenarios gerenciales como parte de la herencia del Covid-19. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25.

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29063559019/html/index.html>

Mateos de Pablo Blanco, M. A. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*.

COMM002PO - Miguel Ángel Mateos de Pablo Blanco, S. L. Innovación y Cualificación.

IC Editorial.

https://books.google.com.pe/books/about/Atención_al_cliente_y_calidad_en_el_ser.html?id=TTLADwAAQBAJ&redir_esc=y

Maureira-Cabrera, O., Vásquez-Astudillo, M., Garrido-Valdenegro, F., & Olivares-Silva, M. J.

(2020). Evaluación y coevaluación de aprendizajes en blended learning en educación superior. *REDALYC*, 15(2), 174–189. <https://doi.org/10.17163/alt.v15n2.2020.04>

McClary, J. (2013). *Factors in High Quality Distance Learning Courses*. XVI.

<https://www.westga.edu/~distance/ojdla/summer162/mcclary162.html>

Mejía Acosta, A. A., & Manrique Chirkova, S. (2011). Dimensiones De La Satisfacción De Clientes Bancarios Universitarios: Una Aproximación Mediante El Análisis De Factores.

Ingeniería Industrial, 32(1), 43–47. <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433575007.pdf>

Mejías Acosta, A. A. (2005). Modelo para medir la calidad del servicio en los estudios universitarios de postgrado. *Scielo*.

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-48212005000200004

Moliner Miravet, Lindón; Moliner García, O. S. C. A. (2012). Vista de Porque solos no aprendemos mucho: Una experiencia de tutoría entre iguales recíproca en Educación Primaria. *Revista de Investigación Educativa*, 30.

<https://doi.org/https://doi.org/10.6018/rie.30.2.145191>

Moliner Velázquez, B., Berenguer Contrí, G., & Gil Saura, I. (2001). La importancia de la permormance y las expectativas en la formación de la satisfacción del consumidor.

Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa, 7, 155–172.

Monroy Caseña, M. A., & Urcádiz Cázares, F. J. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Scielo*, 48(123).

Morales Sánchez, V., & Hernández Mendo, A. (2004). *Calidad y satisfacción en los servicios: conceptualización*. <https://www.efdeportes.com/efd73/calidad.htm>

Moreno Castañeda, M. (2012). *Veinte visiones de la educación a distancia*. (EDGVIRTUAL (ed.); I).

https://pedagogiadavirtualidade.files.wordpress.com/2013/02/20_visiones_educacion_distancia.pdf

- Murillo, F. J., & Duk, C. (2020). El Covid-19 y las Brechas Educativas. *Revista Latinoamericana de Educación Inclusiva*, 14(1), 11–13. <https://doi.org/10.4067/s0718-73782020000100011>
- Oliver, R. (1991). *A Guide to the Ordnance A Guide to the Ordnance Survey One-inch Seventh Series*. Amazon.Com.
https://books.google.com.pe/books/about/A_Guide_to_the_Ordnance_Survey_One_inch.html?id=or2sAAAACAAJ&redir_esc=y
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la C. y la C. & I. I. para la E. S. en A. L. y el C. (2020). COVID-19 y educación superior : De los efectos inmediatos al día después. In *Unesco*.
- Ostoja, J. (2020). *Coronavirus en Perú: ¿Cuántos estudiantes dejarán las universidades e institutos? | Fipes | Minedu | Covid-19 | RPP Noticias*. RPP Noticias.
<https://rpp.pe/economia/economia/coronavirus-en-peru-cerca-de-650-mil-estudiantes-dejaran-universidades-e-institutos-segun-fipes-noticia-1263391>
- Pecina Leyva, R. M. (2019). PECINA 2019 693-Texto del artículo-2815-1-10-20190226. *Revista Electrónica Sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 6, 1–15.
- Penacho, J. L. (2000). Evolución histórica de la calidad en el contexto del mundo de la empresa y del trabajo - Dialnet. *Dialnet*, 64.
- Prieto, R., Burgos, C., García, J., & Rincón, Y. (2016). Revista Venezolana de Gerencia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(73), 102–119.
- Puga Peña, L. A., & Jaramillo Naranjo, L. M. (2015). Metodología activa en la construcción del conocimiento matemático. *Sophía*, 1(19), 291. <https://doi.org/10.17163/soph.n19.2015.14>
- Quesada Serra, V., Rodríguez Gómez, G., & Ibarra Sáez, M. S. (2017). Planificación e

- innovación de la evaluación en educación superior: la perspectiva del profesorado. *Revista de Investigación Educativa*, 35(1), 53. <https://doi.org/10.6018/rie.35.1.239261>
- Rodríguez Espinar, S. (2015). Los estudiantes universitarios de hoy: una visión multinivel. *REDU: Revista de Docencia Universitaria*, 13(2), 91–124.
- Rodríguez Ponte, F. A. (2016). El clima organizacional presente en una empresa de servicio. *Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico*, 1(25), 1–74.
- Rojas Machado, N., Pérez Clemente, F., Torres Milord, I., & Peláez Gómez, E. (2014). Las aulas virtuales: una opción para el desarrollo de la Educación Médica. *Edumecentro*, 6(2), 231–278.
- Rojas Martínez, C., Niebles Nuñez, W., Pacheco Ruíz, C., & Hernández Palma, H. G. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información Tecnológica*, 31(4), 221–232. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642020000400221>
- Rojas Vega, J., Castro Gomez, D., Damacen Oblitas, V., Rojas Silva, J., & Moquillaza, V. (2020). El retorno a la universidad durante la pandemia: Perspectivas en una escuela pública de obstetricia. *SciELOPreprints*. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.1035>
- Roman Coy, D. (2016). *David Roman Coy-2Un análisis de las promociones de ventas al consumidor: los cambios que supone la introducción de los smartphones en esta táctica de marketing*. Universidad de Catalunya.
- Romero Zúiga, C., Zúñiga Toro, G., & Suárez Gámez, A. (2016). Técnicas de marketing en las empresas de artesanías wayuu en el distrito turístico y cultural de Riohacha, Guajira, Colombia. *Omnia*, 22(3), 87–99.
- Rubio Guerrero, G. (2014). La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de

- Ibagué : un análisis desde la escala multidimensional (Servqual). *Cuadernos de Administración*, 30(52), 54–64. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225033236006>
- Salazar Yépez, W., & Cabrera Vallejo, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo- Ecuador. *Industrial Data*, 19(2), 13. <https://doi.org/10.15381/idata.v19i2.12811>
- Salgado García, E. (2014). Estrategias de enseñanza virtual universitaria. *ULACIT*, June. https://www.researchgate.net/publication/234675124_Estrategias_de_Ensenanza_Virtual_Universitaria/link/09e4150ff171436cad000000/download
- Salgado Levano, A. C. (2017). Espiritualidad y educación : retos y desafíos en la formación universitaria de estudiantes de psicología. *Psychology Investigation*, October 2017.
- Salgado Lévano, A. C. (2015). Formación Universitaria En Psicología De La Religión Y La Espiritualidad : ¿ Necesidad O Utopía ? *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 2, 89–103. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/123456789/1781/1/2015_Salgado_Formacion_universitaria_en_psicologia_de_la_religion_y_espiritualidad.pdf
- Sánchez García, M., & Sánchez Romero, M. C. (2016). Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones. *Iiesca*, 1–8.
- Sánchez Quintero, J. (2018). Satisfacción estudiantil en educación superior: validez de su medición. In *reponame: Repositorio Institucional Sergio Arboleda*. https://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/1027/SATISFACCIÓN_ESTUDIANTIL.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Sheng Peng, W. (2015). Peng_Wu_final. *Seattle*, 14–17. <https://www.asee.org/public/conferences/56/papers/12194/view>

- Silva Costa, M., Tavares Dantas, R., Dos Santos Alves, C. G., Rodrigues Ferreira, E., & Fernandes da Silva, A. (2019). Espiritualidade e religiosidade: saberes de estudantes de medicina. *Revista Bioética*, 27(2), 350–358. <https://doi.org/10.1590/1983-80422019272319>
- Sociedad Americana de Calidad. (2001). *Sociedad Americana de Calidad*. Tripod.
- Solano Torrenegra, E. (2017). *¿Cuánta razón tiene el cliente?: manual práctico de servicio al cliente*.
- Sotelo Asef, J. G., & Figueroa González, E. G. (2017). El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 8(15), 582–609. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i15.312>
- Suasti Lopez, C. A. (2018). Satisfacción de los estudiantes de la enseñanza superior con las clases virtuales - un estudio en la Universidad Técnica de Manabí [Escuela superior de educación a ciencias sociales]. In *Instituto Polotecnico de Leiria*. [https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/3641/1/UPTIC_Relatorio-CLAUDIA SUASTI_27agosto18.pdf](https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/3641/1/UPTIC_Relatorio-CLAUDIA_SUASTI_27agosto18.pdf)
- Sucerquia Vega, E., Londoño Cano, R., Jaramillo López, C., & De Cavalho Borba, M. (2016). La educación a distancia virtual: desarrollo y características en cursos de matemáticas. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, 0(48), 33-55–55. <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194245902004.pdf>
- Surdez Pérez, E. G., Sandoval Caraveo, M. del C., & Lamoyi Bocanegra, C. L. (2018). Satisfacción estudiantil en la valoración de la calidad educativa universitaria. *Educación y Educadores*, 21(1), 9–26. <https://doi.org/10.5294/edu.2018.21.1.1>
- Tacca Huamán, D. R., Tacca Huamán, A. L., & Alva Rodriguez, M. A. (2019). Estrategias

neurodidácticas, satisfacción y rendimiento académico en estudiantes universitarios.

Cuadernos de Investigación Educativa, 10(2), 15–32.

http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-93042019000200015

Thompson, I. (2006). *La Satisfacción del Cliente*.

https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf

Torres Fragoso, J., & Luna Espinoza, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría y Administración*, 62(4), 1270–1293. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.01.009>

Torres Gómez, C. A. (2018). *Tratamiento de las quejas y reclamaciones de clientes de servicios financieros*. IC Editorial.

Torres Samuel, M., & Vásquez Stanescu, C. L. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *COMPENDIUM*, 35, 57–76.

Troncoso Gacitúa, D., Pérez V., C., Vaccarezza G., G., Aguilar A., C., & Muñoz N., N. (2017). ¿Se relaciona la capacitación docente con las prácticas pedagógicas en académicos de carreras de la salud de Chile? *Revista Médica de Chile*, 145(5), 610–618. <https://doi.org/10.4067/S0034-98872017000500008>

Udo, G. J., Bagchi, K. K., & Kirs, P. J. (2011). Using SERVQUAL to assess the quality of e-learning experience. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1272–1283. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.01.009>

UNESCO. (2020). *1.37 mil millones de estudiantes ahora en casa a medida que se expanden los cierres de escuelas COVID-19, los ministros amplían los enfoques multimedia para garantizar la continuidad del aprendizaje*. <https://en.unesco.org/news/137-billion-students->

now-home-covid-19-school-closures-expand-ministers-scale-multimedia

Unisef. (2020). *COVID-19: Más del 95 por ciento de niños y niñas está fuera de las escuelas de América Latina y el Caribe*. UNISEF. <https://www.unicef.org/es/comunicados-prensa/covid-19-mas-del-95-por-ciento-ninos-fuera-de-escuelas-America-Latina>

Vaca Ruis, J. J., Herrera Herrera, C., & Vaca Herrera, J. J. (2016). Evaluación de la calidad del servicio educativo y su influencia en la satisfacción de los estudiantes. *Congreso Internacional de Educación*, 2, 3532–3542.

<https://posgradoeducacionuatx.org/pdf2016/E003.pdf>

Vaca Ruiz, J. J., Herrera Herrera, C., & Vaca Herrera, J. J. (2016). Evaluación de la calidad del servicio educativo y su influencia en la satisfacción de los estudiantes. *Congreso Internacional*. <https://posgradoeducacionuatx.org/pdf2016/E003.pdf>

Varela Durand, C. H. (2018). *Marketing interno y calidad de servicio de salud en la Clínica Americana, Juliaca, 2018 Por:*

Veas González, I. A., Sanchez Ortiz, A. D., & Perez Cabañero, C. (2019). Determinantes del Marketing Boca a Boca en el Contexto Universitario: El Rol de la Satisfacción y la Lealtad de los Estudiantes. *Formación Universitaria*, 12(1), 45–54. <https://doi.org/10.4067/s0718-50062019000100045>

Viñals Blanco, A., & Cuenca Amigo, J. (2016). El rol del docente en la era digital. *Revista Interuniversitaria de Formación Del Profesorado*, 30, 163–166.

<http://www.redalyc.org/pdf/274/27447325012.pdf>

Vivel Bua, M., Fernández López, S., & Lado Sestayo, R. (2015). *Innovación docente con one minute paper, ¿afecta el rendimiento escolar?* (Vol. 17, Issue 2).

<http://www.scielo.org.mx/pdf/redie/v17n2/v17n2a4.pdf>

White Gould, E. (2020). *La Educación — Ellen G. White Writings*. EGM Writings.

<https://m.egwwritings.org/es/book/1702.45#47>

Yi, Y. (1993). *Los determinantes de la satisfacción del consumidor: el papel moderador de la ambigüedad*. EBSCO.

<https://web.a.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=00989258&AN=83386331&h=Sxqr5tchWP5MUKik1iIU43vmzAnWaEsOT88Xuj4P6LY5bBIZhaDEWWRTQemBdYtQ2v9GVarbtPVWJ8Q%2FXhbpVw%3D%3D&crI=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=E>

Yovera, C. E., & Rodríguez, J. L. (2018). El Modelo Servqual en la evaluación de la calidad de servicio de los centrales azucareros. *Revista Científica TEACS*, 22, 26–38.

Zambrano Ramírez, J. (2016). Factores predictores de la satisfacción de estudiantes de cursos virtuales. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 19(2), 217.

<https://doi.org/10.5944/ried.19.2.15112>

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores* (1992 Díaz de Santos (ed.)).

<https://books.google.com.pe/books?id=apHbsjHxroEC&dq=Parasuraman,+Berry+%26+Zeithaml+metodo+servqual&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiL7-Or0NXrAhVDLbkGHZYfUQ6AEwAnoECAQQAg>

ANEXOS

Anexo 1. Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	ESCALA DE MEDICIÓN
CALIDAD DE SERVICIO (Udo et al. 2011 y Mejías, 2005)	EMPATÍA	Escala de Likert: Muy en desacuerdo / En desacuerdo / De acuerdo / Muy de acuerdo
	Cuando tengo quejas, recibo una atención individualizada del personal de la Universidad Peruana Unión.	
	La Universidad Peruana Unión cuenta con un personal que brinda una atención personalizada.	
	El personal de la Universidad Peruana Unión se preocupa por los mejores intereses de sus estudiantes.	
	La Universidad Peruana Unión comprende las necesidades específicas de sus estudiantes.	
	FIABILIDAD	
	Cuando el personal de la Universidad Peruana Unión promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	
	Cuando tienes un problema, el personal de la Universidad Peruana Unión muestra un sincero interés en solucionarlo.	
	El personal de la Universidad Peruana Unión realiza bien el servicio la primera vez.	
	El personal de la Universidad Peruana Unión concluye el servicio en el tiempo prometido.	
	En mi experiencia, el personal de la Universidad evita cometer errores.	
	SEGURIDAD	
	El comportamiento del personal de la Universidad Peruana Unión le inspira confianza.	
	Usted se siente seguro en los trámites que realiza con la Universidad Peruana Unión.	
El personal de Universidad Peruana Unión es siempre amable con usted.		
El personal de Universidad Peruana Unión tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas.		
CAPACIDAD DE RESPUESTA		
El personal de la Universidad Peruana Unión le comunica cuándo terminará la realización del servicio		
El personal de la Universidad Peruana Unión le ofrece un servicio puntual.		
El personal de la Universidad Peruana Unión siempre está dispuesto a ayudarlo.		
El personal de la Universidad Peruana Unión nunca está demasiado ocupado para ayudarlo.		

CONTENIDO DEL SITIO WEB

El sitio web (PatmOS) ofrece correctamente las funciones multimedia (audio, video y elementos gráficos)

El sitio web (PatmOS) proporciona información útil

El sitio web (PatmOS) proporciona información precisa

El sitio web (PatmOS) proporciona información actual de alta calidad

La información en el sitio web (PatmOS) es relevante para mí

ASPECTOS RELACIONADOS AL PROFESOR- TUTOR ONLINE

Dominio de las funciones: técnica, académica, organizativa, orientadora y social.

Feedback proporcionado al alumno.

ASPECTOS RELACIONADOS CON EL CONTENIDO

Calidad pedagógica.

Contenido actual

Utilidad a las necesidades y exigencias del mercado laboral

ASPECTOS RELACIONADOS CON LA COMUNICACIÓN

Frecuencia de utilización de la herramienta de comunicación sincrónica y *asincrónica (con videos)

Grado de interacción con los tutores y compañeros de la asignatura.

ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ENTORNO VIRTUAL DE ENSEÑANZA O APRENDIZAJE (PatmOS)

Facilidad de navegación.

Aspectos técnicos y estéticos.

Utilidad de las herramientas disponibles.

Accesibilidad y funcionalidad del entorno de formación.

ASPECTO ESPIRITUAL

Conocimiento de Dios en su formación profesional

Ayuda recibida por la Universidad en el desarrollo de los hábitos de oración.

Motivación recibida de la Universidad para estudiar la Biblia.

Consejería y acompañamiento

Modelos espirituales adecuados

SATISFACCIÓN
(Llorente 2008 y
De la Cruz 2017)

Escala de
Likert: Muy en
desacuerdo
/En
desacuerdo /
De acuerdo/
Muy de
acuerdo

Anexo 2. Matriz de Consistencia

TEMA	VARIABLES	DIMENSIONES	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
			GENERAL			
Calidad de servicios y satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.	Calidad de servicios	Empatía / Fiabilidad/ Seguridad/ Capacidad de respuesta/ Contenido del sitio web	¿En qué medida se relaciona la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020?	Analizar en qué medida se relaciona la calidad de servicios y satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.	Existe relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.	Tipo de estudio: descriptivo y cuantitativo
			ESPECÍFICOS			
			¿En qué medida se relaciona la calidad de servicio y los aspectos académicos de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020?	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y el aspecto académico de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.	Existe relación significativa entre la calidad de servicio y el aspecto académico de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.	

Satisfacción	Aspectos académicos/ Aspectos Tecnológicos/ Aspectos sociales / Aspecto espiritual	¿En qué medida se relaciona la calidad de servicio y el aspecto tecnológico de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020?	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y el aspecto tecnológico de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.	Existe relación significativa entre la calidad de servicio y el aspecto tecnológico de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.	Diseño de investigación: Transversal de alcance correlacional no experimental
		¿En qué medida se relaciona la calidad de servicio y el aspecto social de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020?	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y el aspecto social de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.	Existe relación significativa entre la calidad de servicio y el aspecto social de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.	Población: 300
		¿En qué medida se relaciona la calidad de servicio y el aspecto espiritual de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y el aspecto espiritual de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19,	Existe relación significativa entre la calidad de servicio y el aspecto espiritual de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad	Muestra: 169

		Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020?	Lima, 2020.	Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020.	
--	--	--	-------------	--	--

Anexo 3. Cuestionarios

Cuestionario de Calidad de Servicio

El cuestionario que te presentamos a continuación tiene como objetivo conocer tu opinión acerca de algunos elementos con relación a la calidad de servicio brindado por la Universidad Peruana Unión y tu nivel de satisfacción en este contexto de pandemia por Coronavirus. Te agradeceríamos que contestaras con la mayor sinceridad posible, pues solo de esa forma podremos sugerir mejoras en futuras experiencias formativas similares a la que has realizado.

I. Información General

1.1. Sexo

Masculino () Femenino ()

1.2. Edad

16 a 20 () 21 a 25 () 26 a más ()

1.3. Lugar de procedencia:

Costa () Sierra () Selva () Extranjero ()

1.4. Escuela profesional

Comunicaciones () Educación ()

1.5. Religión

Católico () Adventista () Evangélico () Otro ()

Este primer cuestionario es sobre *calidad de servicio*. Señala el número de la respuesta que consideres correcta para cada ítem, teniendo en cuenta el siguiente criterio.

1: Muy en desacuerdo

2: En desacuerdo

3: De acuerdo

4: Muy de acuerdo

Cuestionario		1.Muy en desacuerdo	2.En desacuerdo	3.De acuerdo	4.Muy de acuerdo
EMPATÍA					
1	Cuando usted tiene alguna necesidad, recibe una atención individualizada del personal de la Universidad Peruana Unión.				
2	El personal de la Universidad Peruana Unión se preocupa por los mejores intereses de sus estudiantes.				

3	Cuando usted tiene un problema, el personal de la Universidad Peruana Unión muestra un sincero interés en solucionarlo con rapidez.				
FIABILIDAD					
4	El personal de la Universidad Peruana Unión realiza bien el servicio desde la primera vez.				
5	Cuando el personal de la Universidad Peruana Unión promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.				
6	En su experiencia personal, el personal de la Universidad Peruana Unión evita cometer errores.				
SEGURIDAD					
7	El comportamiento del personal de la Universidad Peruana Unión le inspira confianza.				
8	Usted se siente seguro en los trámites que realiza con la Universidad Peruana Unión.				
9	En su experiencia, el personal de la Universidad Peruana Unión siempre ha sido capaz de despejar sus dudas correctamente.				
10	El personal de Universidad Peruana Unión tiene conocimientos suficientes para ayudarlo en su formación profesional.				
CAPACIDAD DE RESPUESTA					
11	El personal de la Universidad Peruana Unión le comunica oportunamente cómo va su solicitud respecto a los diversos trámites que realiza.				
12	El personal de la Universidad Peruana Unión le ofrece un servicio puntual.				
13	El personal de la Universidad Peruana Unión siempre está dispuesto a ayudarlo.				
CONTENIDO DEL SITIO WEB					
14	El sitio web (PatmOS) ofrece correctamente las funciones multimedia (audio, video y elementos gráficos).				
15	El sitio web (PatmOS) proporciona información útil.				
16	El sitio web (PatmOS) proporciona información precisa.				
17	El sitio web (PatmOS) proporciona información actual de alta calidad.				
18	La información en el sitio web (PatmOS) es				

relevante para mí.				
--------------------	--	--	--	--

Cuestionario de Satisfacción

El siguiente cuestionario pretende medir tu nivel de *satisfacción*. Recuerda que tu sinceridad ayudará en las propuestas de mejora. En la formulación se señala el número de la respuesta que consideres correcta para cada ítem, teniendo en cuenta el siguiente criterio.

1: Muy en desacuerdo

2: En desacuerdo

3: De acuerdo

4: Muy de acuerdo

	Cuestionario	1.Muy en desacuerdo	2.En desacuerdo	3.De acuerdo	4.Muy de acuerdo
	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL PROFESOR-TUTOR ONLINE				
1	Los profesores utilizan adecuadamente los diferentes recursos online.				
2	Los profesores tienen un buen dominio de la materia que enseñan.				
3	Cuando es necesario, el profesor brinda información y explica los contenidos presentados.				
4	El profesor realiza una adecuada animación y estimula la participación.				
5	Se realizan actividades para facilitar que los estudiantes compartan conocimientos entre ellos.				
	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL CONTENIDO				
6	Los diferentes contenidos de las asignaturas que se presentan son actuales y con sustento científico e investigativo.				
7	Los contenidos de las asignaturas van en armonía con las exigencias actuales del mercado laboral.				
8	El contenido de las asignaturas, desde un punto de vista teórico, es el apropiado.				
9	El contenido de las asignaturas, desde un punto de vista práctico, es el apropiado.				
10	El contenido de las asignaturas contribuye con los objetivos que usted quiere lograr como futuro profesional.				

11	Los trabajos y las prácticas de los diferentes cursos han sido valiosos para que usted ponga en marcha los conocimientos adquiridos.				
12	El contenido de las asignaturas diseñadas por la UPeU es superior a la de otras universidades.				
	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA COMUNICACIÓN				
13	La comunicación con los profesores-tutores le han resultado fácil mediante las herramientas de comunicación: (correo, foro, chat, etc.).				
14	Le ha resultado sencilla la comunicación online con el resto de sus compañeros del entorno.				
15	Se realizan actividades para reforzar conocimientos entre compañeros (foros, grupos, etc.).				
	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ENTORNO VIRTUAL DE ENSEÑANZA				
16	Considera que la plataforma de PatmOS es adecuada porque le ha resultado sencilla la navegación por ella.				
17	Considera que la plataforma de PatmOS tiene un diseño de calidad (tipografía, colores, estilos, etc.)				
18	Los tiempos de respuesta de la plataforma PatmOS (espera para acceder a un vínculo, acceso a diferentes herramientas, etc.) son los adecuados.				
	ASPECTO ESPIRITUAL				
19	Su formación en la Universidad Peruana Unión le está permitiendo conocer más de Dios.				
20	Su formación en la Universidad Peruana Unión le motiva a llevar una vida de oración.				
21	Su formación en la Universidad Peruana Unión le motiva a estudiar y meditar en la Palabra de Dios.				
22	Recibe asistencia de consejería y acompañamiento espiritual cuando lo necesita.				
23	Percibe en los docentes un modelo espiritual que le gustaría imitar.				

Anexo 4. Validación del Instrumento

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene por finalidad analizar en qué medida se relaciona la calidad de servicios y satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima 2020. En la investigación titulada “Calidad de servicios y satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima 2020”

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones hubiera.

Juez N°: _____ Fecha actual: _____

Nombres y Apellidos de Juez: Marcos Enrique Flores González

Institución donde labora: Universidad Peruana Unión

Años de experiencia profesional o científica: 15 años



Marcos Enrique Flores González

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene por finalidad analizar en qué medida se relaciona la calidad de servicios y satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima 2020; en la investigación titulada “Calidad de servicios y satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020”.

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos y, en caso necesario, se ofrece un espacio para las observaciones que hubiera.

Juez N°: _____ Fecha actual: 05 / 11 / 2020

Nombres y Apellidos de Juez: Gloria Ivón Luy Medina

Institución donde elabora: Universidad Peruana Unión

Años de experiencia profesional o científica: 12 años docente



Mg. Gloria Ivon Luy Medina

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO

(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene por finalidad analizar en qué medida se relaciona la calidad de servicios y satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima, 2020; en la investigación titulada “Calidad de servicios y satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima 2020”.

Instrucciones

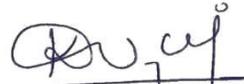
La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos y, en caso necesario, se ofrece un espacio para las observaciones que hubiera.

Juez N°: _____ Fecha actual: 10/11/2020

Nombres y Apellidos de Juez: Kelly Dafve Nuñez Rojas

Institución donde labora: Universidad Peruana Unión

Años de experiencia profesional o científica: 19 años


Mg. Kelly Dafve Nuñez Rojas

**VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
DICTAMINADO POR CADA UNO DE LOS JUECES**

1. ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación y estructura del instrumento?

SI (X)

NO ()

Observaciones:

Sugerencias:

2. ¿A su parecer, el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (X)

NO ()

Observaciones:.....

.....

.....

Sugerencias:.....

.....

.....

3. Existe dificultad para entender las preguntas del instrumento?

SI ()

NO (X)

Observaciones:.....

.....

.....

Sugerencias:.....

.....

.....

4. Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del instrumento?

SI ()

NO (X)

Observaciones:.....

.....

.....

Sugerencias:.....

.....

.....

5. Las opciones de respuesta están suficientemente graduados y pertinentes para cada ítem o reactivo del instrumento?

SI (X)

NO ()

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

6. Los ítems o reactivos del instrumento tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?

SI (X)

NO ()

Observaciones:.....
.....
.....Sugerencias:.....
.....
.....

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO

(JUICIO DEL EXPERTO)

Ítems	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del Constructo ⁴		Sugerencias
	Si	No	Si	No ⁿ	Si	No	Si	No	
Cuando usted tiene alguna necesidad, recibe una atención individualizada del personal de la Universidad Peruana Unión.	X		X		X		X		
El personal de la Universidad Peruana Unión se preocupa por los mejores intereses de sus estudiantes.	X				X		X		
Cuando usted tiene un problema, el personal de la Universidad Peruana Unión muestra un sincero interés en solucionarlo con rapidez.	X		X		X		X		
El personal de la Universidad Peruana Unión realiza bien el servicio desde la primera vez.	X		X		X		X		
Cuando el personal de la Universidad Peruana Unión promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	X		X		X		X		
En su experiencia personal, el personal de la Universidad Peruana Unión evita cometer errores.	X				X		X		
El comportamiento del personal de la Universidad Peruana Unión le inspira confianza.	X		X						
Usted se siente seguro en los trámites que realiza con la Universidad Peruana Unión.	X								
En su experiencia, el personal de la Universidad Peruana Unión siempre ha sido capaz de despejar sus dudas correctamente.	X		X						
El personal de Universidad Peruana Unión tiene conocimientos suficientes para ayudarlo en su formación profesional.	X		X		X		X		
El personal de la Universidad Peruana Unión le comunica oportunamente cómo va su solicitud	X		X		X		X		

respecto a los diversos trámites que realiza.									
El personal de la Universidad Peruana Unión le ofrece un servicio puntual.	X		X		X		X		
El personal de la Universidad Peruana Unión siempre está dispuesto a ayudarlo.	X		X		X				
El sitio web (Patmos) ofrece correctamente las funciones multimedia (audio, video y elementos gráficos).	X		X		X		X		
El sitio web (Patmos) proporciona información útil.	X				X		X		
El sitio web (Patmos) proporciona información precisa.	X								
El sitio web (Patmos) proporciona información actual de alta calidad.	X								
La información en el sitio web (Patmos) es relevante para mí.	X								
Los profesores utilizan adecuadamente los diferentes recursos online.	X								
Los profesores tienen un buen dominio de la materia que enseñan.	X		X						
Cuando es necesario, el profesor brinda información y explica los contenidos presentados.	X		X		X		X		
El profesor realiza una adecuada animación y estimula la participación.	X		X		X				
Se realizan actividades para facilitar que los estudiantes compartan conocimientos entre ellos.	X		X						
Los diferentes contenidos de las asignaturas que se presentan son actuales y con sustento científico e investigativo.	X		X		X				
Los contenidos de las asignaturas van en armonía con las exigencias actuales del mercado laboral.	X		X		X				
El contenido de las asignaturas, desde un punto de vista teórico, es el apropiado.	X		X		X				

El contenido de las asignaturas, desde un punto de vista práctico, es el apropiado.	X		X		X			
El contenido de las asignaturas contribuyen con los objetivos que usted quiere lograr como futuro profesional.	X		X		X			
Los trabajos y las prácticas de los diferentes cursos han sido valiosos para que usted ponga en marcha los conocimientos adquiridos.	X		X		X			
El contenido de las asignaturas diseñadas por la UPeU es superior a la de otras universidades.	X		X		X			
La comunicación con los profesores-tutores le han resultado fácil mediante las herramientas de comunicación: (correo, foro, chat, etc.).	X		X		X			
Le ha resultado sencilla la comunicación online con el resto de sus compañeros del entorno.	X		X		X			
Se realizan actividades para reforzar conocimientos entre compañeros (foros, grupos, etc.).	X		X		X			
Considera que la plataforma de Patmos es adecuada porque le ha resultado sencilla la navegación por ella.	X		X		X			
Considera que la plataforma de Patmos tiene un diseño de calidad (tipografía, colores, estilos, etc.)	X		X		X			
Los tiempos de respuesta de la plataforma Patmos (espera para acceder a un vínculo, acceso a diferentes herramientas, etc.) son los adecuados.	X		X		X			
Su formación en la Universidad Peruana Unión le está permitiendo conocer más de Dios.	X		X		X			
Su formación en la Universidad Peruana Unión le motiva a llevar una vida de oración.	X		X		X			
Su formación en la Universidad Peruana Unión le motiva a estudiar y meditar en la Palabra de Dios.	X		X		X			
Recibe asistencia de consejería y acompañamiento espiritual cuando lo	X		X		X			

necesita.									
Percibe en los docentes un modelo espiritual que le gustaría imitar.	X		X		X				

Anexo 5. Permiso para realizar la encuesta

Lima, Ñaña, 11 de noviembre de 2020



EL COMITÉ DE ÉTICA DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN CONSTA

Que el proyecto de proyecto de investigación de **Betty Giovelith Jiménez Pérez**, identificado(a) con Código No. **201011733**, y su asesor(a) **Jesus Fernando Bejarano Auqui**, identificado(a) con DNI No. **06967107**, con título "**Calidad de servicios y satisfacción de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión en tiempo de COVID-19, Lima 2020**" fue evaluado y aprobado por el Comité de Ética de Investigación de la Universidad Peruana Unión, considerando su calidad científica, consideración del bienestar de sus participantes, y conformidad con los estándares de la ética establecidas en el Código de Ética para la Investigación de la Universidad Peruana Unión.

Para mantener la aprobación del Comité de Ética, se tiene que cumplir con los siguientes requisitos:

- 1) Cada participante debe dar consentimiento informado. En el caso de menores de edad, por lo menos uno de sus padres o guardianes debe registrar su consentimiento informado y el menor de edad debe registrar su asentimiento informado.

Los resultados de este proyecto puedan ser publicados con referencia a aprobación Número 2020-CEUPeU-00045.



Dr. Salomón Huancahuire Vega
Presidente
Comité de Ética de Investigación

Mg. Michael Thomas White
Secretario
Comité de Ética de Investigación

Villa Unión – Ñaña, altura Km. 19 de la Carretera Central, Lurigancho – Chosica, Lima 15, Perú
Teléfono: (01) 618-6300 Fax: 618-6364 E-mail: etica@upeu.edu.pe