

# UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

Facultad de Ciencias Empresariales  
E.A.P de Marketing y Negocios Internacionales



*Una Institución Adventista*

Calidad del servicio percibido y satisfacción del cliente de la EAP de Administración de la  
Universidad Peruana Unión, sede Lima-2014

Tesis para optar el título profesional de licenciatura en Marketing y Negocios Internacionales

Autor:

Huaman Panduro Francisco Javier

Asesor:

De La Cruz Vargas Alexander David

Ñaña, Lima, Perú

2014

## **DEDICATORIA**

A Dios dedico este proyecto de tesis porque ha estado conmigo a cada paso que di, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

A mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ello que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, bondadoso por acompañarme todos los días.

A Mama y Papa, por ser mis mejores amigos mis aliados mis ejemplos, gracias por todo el en esta tesis y en mi vida.

A Mg. Alexander de la Cruz por brindarme las facilidades y su apoyo y soporte.

A Dr. Raúl Acuña Casas por sus consejos apoyo constante y la disponibilidad de su tiempo.

A Ing. Nemias Saboya, gracias por su infinita paciencia, por su compañía y su inagotable apoyo. Gracias por compartir mis logros,

Esta tesis también es suya, gracias amigo. También agradecer a todas las personas que me facilitaron la información y su apoyo.

## **TERMINOS Y SIMBOLOS USADOS**

PROESAD: Programa de educación superior a distancia.

CONEAU: Sistema nacional de evaluación, acreditación y certificación de la calidad educativa.

SERVQUAL: Es un método de evaluación de los factores claves para medir la Calidad de los Servicios prestados.

SERVPERF: Debe su nombre a la exclusiva atención que presta a la valoración del desempeño (SERVice PERFomance) para la medida de la calidad de servicio.

UPeU: Universidad Peruana Unión.

DIGESI: Dirección General de Sistemas.

SPSS: Programa estadístico informático muy usado en las ciencias sociales y las empresas de investigación de mercado.

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
TERMINOS Y SIMBOLOS USADOS .....	iv
ÍNDICE.....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xv
RESUMEN .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
INTRODUCCION .....	xviii
CAPÍTULO I .....	20
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	20
1. Planteamiento del problema .....	20
1.1. Descripción de la situación problemática .....	20
1.2. Planteamiento y formulación del problema.....	22
1.3. Finalidad e importancia de la Investigación .....	22
1.3.1 Propósito .....	22
1.4. Relevancia social .....	23
1.5. Objetivos de la investigación.....	23
1.5.1. Objetivo general.....	23
1.5.2. Objetivos específicos .....	23
1.6 Hipótesis de estudio .....	24
1.6.1 Hipótesis principal.....	24
1.6.2. Hipótesis derivadas .....	24

1.7 Variables de estudio.....	25
1.7.1. Variable independiente .....	25
1.7.2. Variables dependientes .....	25
1.8. Operacionalización de variables .....	26
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>27</b>
<b>FUNDAMENTO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>27</b>
2. Antecedentes de la investigación.....	27
2.1 Bases Teóricas. ....	30
2.1.2 Marco histórico .....	30
2.1.3. Historia de la Calidad .....	30
2.1.4 Historia de satisfacción.....	31
2.2. Marco Conceptual.....	32
2.3. Conceptos de Calidad .....	32
2.4. La calidad en la educación superior universitaria.....	34
2.5 Servicios .....	36
2.6 Conceptos de Servicios.....	36
2.6.1 Elementos tangibles. ....	37
2.6.2 Cumplimiento de promesa. ....	37
2.6.3. Actitud de servicio. ....	37
2.6.4. Competencia del personal.....	37
2.6.5. Empatía .....	38
2.7 Diferencia entre servicio y producto.....	38
2.7.1 Cliente .....	39
2.7.2 Definición de cliente .....	39
2.8 Satisfacción del cliente .....	40
2.8.1 Definición de Satisfacción del cliente .....	40

2.9. Marco Teórico .....	41
2.9.1 Calidad de servicio en el ámbito Educativo. ....	41
2.9.2 Calidad del servicio dentro del ámbito educativo. ....	44
2.9.3 Competencia del cuerpo docente .....	47
2.9.4 Organización de la enseñanza de la carrera .....	48
2.9.5 Comunicación y clima organizacional.....	48
2.9.6 Actitud y comportamiento del cuerpo docente .....	49
2.9.7 Instalaciones y equipamiento.....	50
2.9.8 Evaluaciones .....	50
2.9.9 Asignaturas Optativas .....	51
2.9.10 Efectividad de Procesos Administrativos .....	51
2.10 Estrategias para influir sobre las percepciones del cliente .....	51
2.10.1 Estrategia de retención del cliente. ....	51
2.10.2 Tipos de brechas en la calidad de los servicios .....	52
2.10.2.1 Brecha de servicio: .....	52
2.10.2.2 Brecha del conocimiento: .....	52
2.10.2.3 Brecha de la prestación:.....	52
2.10.2.4 Brecha de la comunicación:.....	52
2.11 Criterios de los clientes respecto de la calidad de los servicios. ....	52
2.11.1 Recopilación de las quejas de los clientes .....	53
2.11.2 Encuestas después de las ventas .....	53
2.11.3 Entrevista a grupos de clientes .....	53
2.11.4 Compras encubiertas.....	53
2.11.5 Satisfacción versus calidad en el servicio.....	54
2.12. Satisfacción del cliente .....	55

2.13	Expectativas del cliente .....	57
3.2.1	La zona de tolerancia .....	59
3.2.2	Factores que influyen las expectativas del cliente .....	61
3.2.3	Fuente de las expectativas del servicio deseado .....	61
3.2.4	Fuentes del servicio adecuado .....	62
3.2.5	Los intensificadores transitorios del servicio .....	62
3.2.5	La percepción de alternativas de servicio .....	63
3.2.6	El auto percepción del papel del cliente en el servicio .....	63
3.2.7	Los factores situacionales .....	63
3.2.8	El servicio predicho .....	64
3.2.8.1	Fuentes de las expectativas del servicio deseado y del servicio predicho .....	65
3.2.9	Expectativas del cliente de una universidad .....	67
3.2.9.1	Enseñanza y Aprendizaje:.....	67
3.2.9.2	Investigación:.....	68
3.2.9.3	Proyección Social y Extensión Universitaria: .....	70
3.2.9.4	Desarrollo Espiritual.....	71
3.2.9.5	Gestión Académica.....	71
3.2.10	El servicio es el valor agregado al producto. ....	72
CAPÍTULO III.....		74
MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN .....		74
3.	Tipo de estudio .....	74
3.1.	Diseño de la investigación.....	74
3.2.	Población y muestra .....	74
3.3.	Recolección de datos y procesamiento .....	76
3.4.	Instrumentos utilizados.....	76
3.5.	Medición de las variables estudiadas .....	77

CAPITULO IV .....	78
RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN .....	78
4. Análisis descriptivo de la población.....	78
4.1. Análisis comparativo mediante la prueba estadística específica .....	91
4.1.1 Análisis Comparativo .....	91
4.2. Análisis mediante la prueba estadística específica .....	105
4.2.1 Prueba de hipótesis de la $\chi^2$ entre la calidad de servicio percibido y la satisfacción del cliente en la Enseñanza-Aprendizaje de la EAP de Administración 2014 .....	105
4.2.2. Prueba de hipótesis de la $\chi^2$ entre la calidad de servicio percibido y la satisfacción del cliente en la Investigación de la EAP de Administración 2014.....	108
4.2.3. Prueba de hipótesis de la $\chi^2$ entre la calidad de servicio percibido y la satisfacción del cliente en la Proyección Social y Extensión Universitaria de la EAP de Administración 2014 .....	111
4.2.4. Prueba de hipótesis de la $\chi^2$ entre la calidad de servicio percibido y la satisfacción del cliente en el Plan Maestro de Desarrollo Espiritual de la EAP de Administración 2014.....	114
4.2.5 Prueba de hipótesis de la $\chi^2$ entre la calidad de servicio percibido y la satisfacción del cliente en la Gestión Académica de la EAP de Administración 2014.....	117
4.2.6. Prueba de hipótesis de la $\chi^2$ entre la percepción de la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes de la EAP de Administración 2014 .....	120
4.3. Interpretación de resultados y discusión.....	123
CONCLUSIONES .....	125
RECOMENDACIONES.....	127
REFERENCIAS .....	128
ANEXOS .....	132

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Edad de los estudiantes de la E.A.P de Administración .....	78
Tabla 2 Genero de los estudiantes de la E.A.P de Administración .....	79
Tabla 3 Ciclo de Estudios de los estudiantes de la E.A.P de Administración .....	79
Tabla 4 Religión de los estudiantes de la E.A.P de Administración .....	80
Tabla 5 Lugar de Procedencia de los estudiantes de la E.A.P de administración .....	80
Tabla 6 Nivel Socio Económico de los estudiantes de la E.A.P de Administración .....	81
Tabla 7 Grado de Satisfacción de los estudiantes en Enseñanza y Aprendizaje de la E.A.P de Administración .....	81
Tabla 8 Grado de Satisfacción de los estudiantes en Investigación de la E.A.P de Administración .....	82
Tabla 9 Grado de Satisfacción de los estudiantes en Proyección Social y Extensión Universitaria de la E.A.P de Administración .....	83
Tabla 10 Grado de Satisfacción de los estudiantes en Desarrollo Espiritual de la E.A.P de Administración .....	83
Tabla 11 Grado de Satisfacción de los estudiantes en Gestión Académica de la E.A.P de Administración .....	84
Tabla 12 Nivel de Satisfacción de los estudiantes de la E.A.P de Administración .....	85
Tabla 13 Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de competencia del cuerpo docente. ....	85
Tabla 14 Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la organización de la carrera. ....	86

Tabla 15 Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de Comunicación y clima organizacional.....	87
Tabla 16 Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de la Actitud y comportamiento del cuerpo docente .....	87
Tabla 17 Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de las Instalaciones y equipamiento.....	88
Tabla 18 Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de las evaluaciones.....	88
Tabla 19 Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de las Asignaturas optativas .....	89
Tabla 20 Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de la efectividad de los procesos administrativos .....	90
Tabla 21 Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad .....	90
Tabla 22 Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes en Enseñanza- Aprendizaje .....	91
Tabla 23 Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes en Investigación.....	91
Tabla 24 Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes en Proyección Social y Extensión Universitaria .....	92
Tabla 25 Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes en Desarrollo Espiritual ..	93
Tabla 26 Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes en Gestión Académica .....	93
Tabla 27 Comparación del nivel de satisfacción .....	94
Tabla 28 Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes por ciclo .....	96
Tabla 29 Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes por religión .....	97
Tabla 30 Comparación del nivel de calidad sobre la competencia del cuerpo docente .....	98

Tabla 31 Comparación del nivel de calidad sobre la organización de la carrera .....	98
Tabla 32 Comparación del nivel de calidad sobre la comunicación y clima organizacional ...	99
Tabla 33 Comparación del nivel de calidad sobre la actitud y comportamiento del cuerpo docente .....	100
Tabla 34 Comparación del nivel de calidad sobre instalaciones y equipamientos .....	100
Tabla 35 Comparación del nivel de calidad sobre la evaluación.....	101
Tabla 36 Comparación del nivel de calidad sobre la efectividad en los procesos administrativos .....	102
Tabla 37 Comparación del nivel de calidad de los estudiantes por ciclo .....	103
Tabla 38 Pruebas de chi-cuadrado entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en Enseñanza-Aprendizaje .....	106
Tabla 39 Análisis de Tau-b-Kendall entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en Enseñanza-Aprendizaje .....	106
Tabla 40 Pruebas de chi-cuadrado entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Investigación.....	109
Tabla 41 Análisis de Tau-b-Kendall entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Investigación.....	110
Tabla 42 Pruebas de chi-cuadrado entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Proyección Social y Extensión Universitaria .....	112
Tabla 43 Análisis de Tau-b-Kendall entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Proyección Social y Extensión Universitaria.....	113
Tabla 44 Pruebas de chi-cuadrado entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en el Plan Maestro de Desarrollo Espiritual .....	115

Tabla 45 Análisis de Tau-b-Kendall entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en el Plan Maestro de Desarrollo Espiritual.....	116
Tabla 46 Pruebas de chi-cuadrado entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Gestión Académica.....	118
Tabla 47 Análisis de Tau-b-Kendall entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Gestión Académica.....	119
Tabla 48 Pruebas de chi-cuadrado entre la calidad de servicio percibido según satisfacción de los estudiantes.....	121
Tabla 49 Análisis de Tau-b-Kendall entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Gestión educativa.....	122

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de calidad para la acreditación de carreras Universitarias .....	35
Figura 2 Percepciones de la calidad y satisfacción del cliente elaborada por Hoffman, Douglas y Batseon. (2002). Fundamentos de Marketing de servicios.....	54
Figura 3 Zona de tolerancia elaborada por Hoffman, Douglas y Bateson. (2002). Fundamentos de Marketing de servicios.....	58
Figura 4 Hoffman, Douglas y Bateson, John. (2002). Fundamentos de Marketing de servicios.....	61
Figura 5 Fuentes del servicio adecuado elaborado por Fuente: Hoffman, Douglas y Bateson (2002). Fundamentos de Marketing de servicios.....	62
Figura 6 Fuentes de las expectativas del servicio deseado y de servicio predicho elaborado por Hoffman, Douglas y Bateson. (2002). Fundamentos de Marketing de servicios.....	65

## ÍNDICE DE ANEXOS

Cuestionario de Percepción de calidad de servicio.....	108
Cuestionario de Satisfacción.....	110
Documentos de validación de instrumento.....	114

## RESUMEN

El propósito de la investigación fue determinar el grado de correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión. El tipo de investigación fue básica de enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, transversal de tipo correlacional. La muestra estuvo constituida por 192 estudiantes universitarios de la EAP de administración. Para el desarrollo del estudio se elaboró dos instrumentos validados por expertos. El análisis de los resultados demostró que los estudiantes tienen altos porcentajes en los niveles Bueno y Excelente (61,5% y 13,0%) para la percepción de la calidad de servicio; de la misma manera y en los niveles satisfecho y muy satisfecho (23.4% y 41.6%) para el nivel de satisfacción. Por otro lado la prueba  $\chi^2$  demostró que existe relación directa y significativa ( $\chi^2_{cal} = 58,294 > \chi^2_{tab} = 21,026; p < 0.05$ ) entre la percepción de la calidad de servicio y al satisfacción en un 41.9%. Estos resultados corroboraron directamente la relación que tienen las variables en estudio, demostrando que si los estudiantes perciben altos niveles de calidad de servicio manifestaran altos niveles de satisfacción de los mismos

**PALABRAS CLAVE:** Calidad, Servicio; Satisfacción, Cliente

## ABSTRACT

The purpose of the research was to determine the degree of correlation between the quality of service and customer satisfaction CAS Management Universidad Peruana Union. The research was basic quantitative approach with non-experimental, correlational cross-sectional design. The sample consisted of 192 college students EAP management. To develop the study, two validated instruments were developed by experts. The analysis of the results showed that students have high percentages Good and Excellent levels (61.5 % and 13.0 %) for the perception of service quality; in the same way and the satisfied and very satisfied ( 23.4 % and 41.6% ) to the level of satisfaction levels. On the other hand the  $\chi^2$  test showed that there is a direct and significant relationship ( $\chi_{cal}^2 = 58.294 > \chi_{tab}^2 = 21.026$  ;  $p < 0.05$ ) between perceived service quality and satisfaction 41.9 %. These results directly corroborate the relationship with the variables under study, showing that if students perceive high levels of service quality manifest high levels of satisfaction thereof

**KEYWORDS :** Quality, Service; Satisfaction, Customer

## INTRODUCCION

En toda institución pública y privada el cliente se constituye en la clave de su éxito o fracaso; en otras palabras la medida del éxito empresarial es la satisfacción del cliente. En la empresas lucrativas es más fácil determinar el nivel de satisfacción del cliente a través de la preferencia para con los productos que se vende; sin embargo, para una institución de servicios, resulta difícil determinar la medida en que un cliente está satisfecho. Por otro lado en una empresa lucrativa se pueden identificar con relativa facilidad las causas de la insatisfacción del cliente y, por tanto, se pueden plantear mejorar y corregirlos. En tanto, en una institución de servicios la identificación de la causa o de las causas es más compleja.

La investigación radica en la percepción de los estudiantes de la EAP de administración referente a la calidad de servicio y la satisfacción. Se investiga a los estudiantes de la escuela de administración de la Universidad Peruana Unión, quienes son considerados como clientes directos. La investigación toma en consideración una población (estudiantes) que están en constante y directa relación, lo que no sucede en una empresa lucrativa donde los trabajadores no están en contacto diario ni constante con los mismos clientes. En una empresa lucrativa los clientes son diferentes cada día y un determinado cliente vuelve una o dos veces al mes o en el año a la misma empresa, lo que le otorga una particularidad diferente a la relación entre el trabajador de la empresa con el cliente. Sin embargo, No sucede así con una universidad donde los clientes están diariamente en contacto.

La estructura del informe de investigación que se pone a consideración del jurado consta de cuatro capítulos. El primer capítulo aborda el tema del planteamiento del problemas de investigación, donde se describe el problema, se formulación las interrogantes, se justifica el trabajo y se formulan los objetivos de investigación. El segundo capítulo está referido al marco

teórico, donde se hace un resumen de algunos antecedentes de investigación, especialmente de universidades extranjeras, luego se desarrolla los fundamentos teóricos basados en la estructura de las variables; el marco conceptual es un componente importante de este capítulo donde se definen el significado con el que utilizan algunos términos de uso frecuente en la investigación; este capítulo termina con la formulación de las hipótesis y la presentación del sistema de variables en un tabla.

El tercer capítulo corresponde a la metodología de la investigación.

En este capítulo se determina con claridad el tipo y diseño de investigación, se define la población y la muestra de estudio, las técnicas e instrumentos de investigación, el procedimiento y las técnicas de tratamiento de datos. El cuarto y último capítulo se refiere a los resultados de la investigación, los resultados se representan en dos partes: se empieza con las tablas estadísticas de la variable independiente “calidad de servicio”; luego, se presentan las tablas de la variable “satisfacción del cliente”. Las tablas se analizan e interpretación en función del marco teórico asumido y considerando la tendencia de los datos recogidos.

El presente de investigación termina en las conclusiones que se formulan de acuerdo a los objetivos e hipótesis, y en las sugerencias que tienen relación con las conclusiones a las que se arribaron. En el anexo se consideran las referencias y los modelos de los instrumentos de investigación utilizados.

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1. Planteamiento del problema

##### 1.1. Descripción de la situación problemática

La calidad en el servicio poco a poco ha tomado una gran importancia en todos los estamentos, ello por el simple hecho de que los clientes exigen siempre lo mejor. Anteriormente en el Perú en la década de los ochenta, la oferta era un poco más limitada; con el desarrollo de los mercados, productos y progresos técnicos, llegaron al cliente, una impresionante gama de los productos y marcas equivalentes, con una saturación de elementos de diferenciación.

En la última década a finales del siglo pasado, la calidad en el servicio empezó a tomar fuerza y a ser considerada un elemento básico para destacar y darle un valor agregado a las empresas, puesto que podían existir negocios que llevaban algún tiempo operando pero no todo marchaban “bien”, tal es así que no era tan importante la formalización de la atención al cliente y no se tenía totalmente considerada la calidad para obtener y satisfacer en su totalidad al cliente por encima de sus expectativas.

González & Philip, (2007) declara que el consumidor titubea más en la compra de su producto o servicio debido a la gran elección de productos y servicios. La competencia ha alcanzado un nivel técnico tan alto que el cliente ya no se focaliza en la calidad del producto, sino en aquello que lo rodea, dirigiéndose hacia la empresa que le propone valorarlo más como individuo y a la que va a estar más pendiente de sus actitudes, emociones y necesidades. De esta manera observamos que la calidad del servicio se ha vuelto y es utilizada en las

organizaciones como una herramienta de diferenciación esencial en términos de estrategia de marketing.

Hoy en día muchas empresas no están brindando toda la capacidad que se requiere, lo que se ve reflejado en los directivos o dueños que suelen caer en el conformismo o miedo a invertir en aquello que no sea un bien tangible. Sin embargo si la calidad de servicio se aplicara eficientemente, el cliente al sentirse satisfecho con el servicio o producto, se convierte en un cliente fidelizado y en un agente de promoción viral, contando entonces con un elemento básico de diferenciación sobre la competencia.

Considerando lo anteriormente mencionado, podemos determinar que la calidad en el servicio al cliente es de gran utilidad para las empresas, por ello los empleados son y siempre serán un factor clave para el éxito de la empresa, siendo importante considerar el interactuar empleado cliente y la necesidad de satisfacer al cliente.

Una persona satisfecha compartirá su satisfacción con una o más personas de sus familiares o conocidos, también conocidos como público de boca a boca. De lo contrario, una persona desilusionada por un servicio o un producto puede traducir la posibilidad perdida del cliente potencial. Es aquí donde aparece la importancia de la calidad en el servicio, porque la relación humana entre el empleado y el cliente, o sea entre la empresa y el consumidor, es la única que pueda compensar una falla del servicio o producto. Por ello un cliente bien compensado, atendido más allá de lo que espera recibir, desarrolla una lealtad profunda a la empresa que lo satisfaga y le trae nuevos clientes.

Dentro de las empresas que brindan servicios educativos, al igual en toda empresa, el servicio al cliente es fundamental para mantenerse dentro de un mercado cada vez más competitivo; en el ámbito universitario la situación se torna cada día más difícil en alcanzar un número mayor de clientes ya que al incrementarse el número de empresas educativas de estudios

superiores el nivel de costos de servicios disminuye y con ello muchas veces la calidad de servicio.

La EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión Universidad Peruana Unión como parte de una empresa educativa no es ajena a la realidad descrita y considerando que los empleados forman parte de los activos más importantes dentro de esta organización, es necesario conocer el nivel de servicio que prestan al estudiante como cliente; ya que como parte de la empresa debe contar con una ventaja competitiva dentro de un mercado cada vez más saturado en el campo de la educación.

## **1.2. Planteamiento y formulación del problema**

¿Cuál es el grado de correlación entre calidad de servicio percibido y la satisfacción del cliente de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión, Ñaña, 2014?

## **1.3. Finalidad e importancia de la Investigación**

### **1.3.1 Propósito**

El propósito de la investigación es reconocer la percepción de los estudiantes respecto al grado de calidad de servicio que ofrece la Escuela académica Profesional de Administración de la Universidad Peruana Unión; este tema es muy importante porque permitirá tener un resultado el cual indique en qué medidas se encuentran las condiciones de los servicios que ofrece la escuela académica profesional debido a que en el Perú las carreras universitarias se encuentra en proceso de autoevaluación de la calidad universitaria objetivo a una mejora continua de la calidad. La autoevaluación actualmente se encuentra dirigida por el SINEACE el cual ofrece un modelo donde las universidades pasan por varios procesos en funciones de cumplimiento de estándares y finaliza con el otorgamiento de un reconocimiento donde acredite la calidad del servicio.

Por otro lado también la investigación otorgara un indicador de gestión respecto a la satisfacción manifestada por los estudiantes considerando los ejes estratégicos (Enseñanza-Aprendizaje, Investigación, Proyección Social y Extensión Universitaria y Plan Maestro de Desarrollo Espiritual) de la institución adicionando la gestión académico los resultados servirá para tomar decisiones frente a los servicios que ofrece la escuela y tomar medidas en la que necesita mejorar.

#### **1.4. Relevancia social**

El trabajo presenta una relevancia social directa porque los resultados beneficiaran a los estudiantes y a la Escuela Académica Profesional; a los estudiantes porque los resultados permitirá tomar medidas de mejora en los ejes (Enseñanza-Aprendizaje, Investigación, Proyección Social y Extensión Universitaria y Plan Maestro de Desarrollo Espiritual) donde los estudiantes manifiesten alto índices de insatisfacción ofreciendo cada vez más un servicio de calidad considerando las necesidades identificadas en este estudio y a la escuela debido a que la misma estará más preparada para iniciar el proceso de autoevaluación con fines de ser acreditada y ser parte de las instituciones donde los estudiantes, egresados, grupos de interés y el estado declare que los servicios ofrecidos son de calidad.

#### **1.5. Objetivos de la investigación**

##### **1.5.1. Objetivo general**

Determinar el grado de correlación entre la calidad de servicio percibido y satisfacción del cliente, de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión, Ñaña, 2014.

##### **1.5.2. Objetivos específicos**

- a) Determinar el nivel de satisfacción y percepción de la calidad en los estudiantes de la EAP de administración de la Universidad Peruana Unión.

- b) Determinar el grado de correlación entre la calidad de servicio percibido y la satisfacción del cliente en el área enseñanza-Aprendizaje, de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión, Ñaña, 2014.
- c) Determinar el grado de correlación entre la calidad de servicio percibido y la satisfacción del cliente en el área Investigación, de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión, Ñaña, 2014.
- d) Determinar el grado de correlación entre la calidad de servicio Percibido y la satisfacción del cliente en el área de Proyección social y Extensión Universitaria de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión, Ñaña, 2014.
- e) Determinar el grado de correlación entre la calidad de servicio Percibido y la satisfacción del cliente en el Plan Maestro de Desarrollo Espiritual de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión, Ñaña, 2014.
- f) Determinar el grado de correlación entre la calidad de servicio Percibido y la satisfacción del cliente en el área Gestión Académica de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión, Ñaña, 2014.

## **1.6 Hipótesis de estudio**

### **1.6.1 Hipótesis principal**

Existe una correlación entre calidad de servicio percibido y satisfacción del cliente de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión, Ñaña, 2014?

### **1.6.2. Hipótesis derivadas**

- a) La calidad de servicio percibido se relaciona con la satisfacción del cliente en la Enseñanza-Aprendizaje de la EAP de Administración 2014.
- b) La calidad de servicio percibido se relaciona con la satisfacción del cliente en la Investigación de la EAP de Administración 2014.

- c) La calidad de servicio percibido se relaciona con la satisfacción del cliente en la Proyección social y Extensión universitaria de la EAP de Administración 2014.
- d) La calidad de servicio percibido se relaciona con la satisfacción del cliente en el Plan Maestro de Desarrollo Espiritual de la EAP de Administración 2014.
- e) La calidad de servicio percibido se relaciona con la satisfacción del cliente en la Gestión Académica de la EAP de Administración 2014.

## **1.7 Variables de estudio**

### **1.7.1. Variable independiente**

Variable X: Calidad del servicio

X1: Competencia del cuerpo docente

X2: Organización de la enseñanza de la carrera

X3: Comunicación y Clima Organizacional

X4: Actitud y Comportamiento del cuerpo docente

X5: Instalaciones y Equipamiento

X6: Evaluaciones

X7: Asignaturas Optativas

X8: Efectividad en el proceso administrativo

### **1.7.2. Variables dependientes**

Variable Y: Satisfacción del cliente

y1: Calidad en Enseñanza - Aprendizaje

y2: Calidad en Investigación

y3: Calidad en Proyección social y Extensión universitaria

y4: Calidad en Plan Maestro de Desarrollo Espiritual

y5: Calidad en Gestión Académica

## 1.8. Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p><b>1. INDEPENDIENTE: Calidad del servicios</b></p>	<p>2.1 Enseñanza y Aprendizaje</p> <p>2.2 Investigación</p> <p>2.3 Proyección Social y Extensión Universitaria</p> <p>2.4 Desarrollo Espiritual</p> <p>2.5 Gestión Académica</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad académica</li> <li>• Liderazgo de servicio</li> <li>• Tesis desarrolladas</li> <li>• Eventos Científicos</li> <li>• Artículos publicados</li> <li>• Proyectos desarrollados</li> <li>• Programas ejecutados</li> <li>• Participación de estudiantes</li> <li>• Principio creencia y valor</li> <li>• Testimonios</li> <li>• Participación en escuela sabáticas</li> <li>• Eficiencia</li> <li>• Horarios</li> <li>• Procesos</li> </ul>
<p><b>2. DEPENDIENTE: Satisfacción del cliente</b></p>	<p>1.1 Competencia del cuerpo docente</p> <p>1.2 Organización de la enseñanza de la carrera</p> <p>1.3 Comunicación y Clima Organizacional</p> <p>1.4 Actitud y Comportamiento del cuerpo docente</p> <p>1.5 Instalaciones y Equipamiento</p> <p>1.6 Evaluaciones</p> <p>1.7 Asignaturas Optativas</p> <p>1.8 Efectividad en el proceso administrativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de Conocimiento</li> <li>• Capacidad</li> <li>• Nivel de actualización</li> <li>• Orientación teórico practico</li> <li>• Grado de desarrollo de capacidades</li> <li>• Perfil Profesional</li> <li>• Diseño Curricular</li> <li>• Horarios de Clase</li> <li>• Expresar Opiniones</li> <li>• Clima de Convivencia</li> <li>• Actitud y Comportamiento</li> <li>• Estimulación</li> <li>• Disposición</li> <li>• Aulas</li> <li>• Equipamiento</li> <li>• Bibliografía</li> <li>• Asignaturas obligadas</li> <li>• Interés de Asignaturas</li> <li>• Eficiencia</li> <li>• Eficacia</li> </ul>

## CAPÍTULO II

### FUNDAMENTO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2. Antecedentes de la investigación

Peña, (1997) citado por Vergara & Quesada, (2011) discute la aplicación de conceptos de control de calidad y calidad total con el propósito de mejorar la calidad de la docencia en la universidad; en su trabajo presenta tres controles básicos hacia el docente: impartición de las clases, satisfacción de los estudiantes y sobre los resultados académicos. El trabajo concluye presentando las actividades de mejoras implantadas en la universidad Carlos III de Madrid de acuerdo con estos principios.

Según Oldfield & Baron, (2000) en su investigación afirma que la interacción entre los profesores y el estudiantado es el elemento central del servicio educativo, lo que constituye un indicador importante de la calidad. El personal que presta el servicio debe ser de vital importancia para quienes tienen ciertas expectativas de la organización. Se utilizan tres dimensiones: elementos esenciales, elementos aceptables y elementos funcionales.

Franco, (2003) citado por Vergara & Quesada (2011) realizó una validación del modelo en una institución pública mexicana en donde se comprueba que funcionó de forma ideal y que es válido para otras investigaciones en instituciones de la misma índole.

Los diferentes reportes de los resultados de un estudio sobre la determinación de la percepción de la calidad en los servicios de una universidad. Que los resultados evidencian la presencia de tres dimensiones: contactos personales, empatía y los elementos tangibles, siendo esta última la principal Díaz, (2003) citado por Vergara & Quesada, (2011)

Morales & Calderón, (2005) en sus resultados de investigaciones anteriores referente al área educativa concluyeron que la calidad del servicio en la educación tiene una estructura de cinco dimensiones, entre las que se encuentra, la enseñanza y el ambiente de estudio.

Roccaro, (2002) Argumenta en su investigación “El proceso de mejora continua y la gestión de Recursos Humanos en las universidades públicas argentinas: análisis de las deficiencias internas. Universidad de Cuyo”, a partir del modelo de Parasuraman, desarrolló una metodología para la implantación de la calidad total en el contexto universitario como sistema de gestión.

Tumino & Poitevin, (2013) Argumentam en el estudio realizado sobre “Evaluación de calidad de servicios universitarios desde la percepción de estudiantes y docentes” en una universidad privada de Argentina, donde participaron 454 estudiantes que demostraron que la comunicación y el clima organizacional, instalaciones, equipamiento y efectividad en los procesos administrativos influyeron directamente con la percepción de la calidad en los servicios educativos.

Alves & Raposo, (2004) en su investigación llamada La medición de la satisfacción en la enseñanza universitaria en la universidad de Da Beira Interior de Portugal, los resultados indicaron que la satisfacción del estudiante se ve más reflejado en la atención de las variables de imagen y valor percibido, ya que estas ayudan al criterio de satisfacción de los alumnos de dicha universidad.

Folgueras, Luna & Puig (2011) realizaron su investigación llamada “Aprendizaje y servicios: Estudios del grado de satisfacción de estudiantes universitarios” en la Universidad de Barcelona. Facultad de Pedagogía. Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación. Barcelona, España, con una muestra de 39 estudiantes donde la investigación muestra un alto grado de satisfacción del alumnado, las dimensiones que influyeron más fue de la utilidad atribuida, señalaron que los resultados están relacionados con la buena relación del profesorado, entidades por estar vinculados por la teoría y prácticas.

De la Fuente, Marzo & Reyes (2010) realizaron su investigación sobre “Análisis de la satisfacción universitaria en la facultad de ingeniería de la universidad de Talca” llegando a las conclusiones que los niveles de satisfacción de los estudiantes son la buena relación con el personal, profesores, calidad de los profesores, instalaciones, reputación de la universidad.

Sucia, (2009) en su tesis titulada: “Relación del Marketing Estratégico Relacional Educativo en la calidad de la Gestión Pedagógica en las Instituciones Educativas “en San Juan de Lurigancho” de diseño no experimental nivel descriptivo y correlacional. Afirmo que existe una relación positiva entre el marketing relacional educativo para una mejor calidad de gestión pedagógica.

Dirección General de Investigación, (2014) en su estudio realizado en la Universidad Peruana Unión sede Lima, sobre la “Calidad de servicio educativo” considerando a 3656 estudiantes matriculados del segundo semestre del 2014 presenciales y 500 estudiantes de PROESAD modalidad semi presencial, evidenció que la aparición de las instalaciones, equipos, personal y material de comunicación son variables que influye directamente con la percepción en la calidad de los servicios educativos.

Díaz, (2013) en la investigación realizada sobre el “Nivel de satisfacción de los estudiantes de Enfermería sobre la enseñanza en la asignatura Enfermería en salud” en la escuela profesional de enfermería de la universidad mayor de San Marcos de Lima a 62 estudiantes del 5° año, explica que el nivel de satisfacción sobre la enseñanza teórica en la asignatura Enfermería, se determinó que el nivel de satisfacción de los estudiantes en su mayoría es bajo lo que permite deducir que el profesor actúa más como transmisor de conocimientos que como facilitador y motivador del proceso enseñanza aprendizaje.

## **2.1 Bases Teóricas.**

### **2.1.2 Marco histórico**

#### ***2.1.3. Historia de la Calidad***

A lo largo de la historia el término calidad ha sufrido numerosos cambios que conviene reflejar en cuanto su evolución histórica. Para ello, describiremos cada una de las etapas el concepto que se tenía de la calidad y cuáles eran los objetivos a perseguir.

Esta evolución nos ayuda a comprender de dónde proviene la necesidad de ofrecer una mayor calidad del producto o servicio que se proporciona al cliente y, en definitiva, a la sociedad, y cómo poco a poco se ha ido involucrando toda la organización en la consecución de este fin. La calidad no se ha convertido únicamente en uno de los requisitos esenciales del producto sino que en la actualidad es un factor estratégico clave del que dependen la mayor parte de las organizaciones, no sólo para mantener su posición en el mercado sino incluso para asegurar su supervivencia. Millones, (2010)

Crosby, (1987) afirma que Calidad Total es el cumplimiento de los requerimientos, donde el sistema es la prevención, el estándar es cero defectos y la medida es el precio del incumplimiento.

Juran, (1992) declara que es estar en forma para el uso, desde los puntos de vista estructurales, sensoriales, orientados en el tiempo, comerciales y éticos en base a parámetros de calidad de diseño, calidad de cumplimiento, de habilidad, seguridad del producto y servicio en el campo.

Kaoru, (1986) Calidad Total es cuando se logra un producto es económico, útil y satisfactorio para el consumidor. Se dice que un producto o un servicio es de calidad cuando satisface las necesidades o expectativas del usuario o cliente, en función de parámetros como:

- Seguridad que el producto o servicio confieren al cliente.

- Fiabilidad o capacidad que tiene el producto o servicio para cumplir las funciones especificadas, sin fallos y por un periodo determinado.
- Servicio o medida que el fabricante y distribuidor responden en caso de fallo del producto o servicio.

Para algunos la relación entre la calidad de un producto o servicio y el precio que el cliente debe pagar no queda suficientemente contemplada en las definiciones anteriores y prefieren definir la calidad dejando claramente indicada la calidad/precio, que será en definitiva, el aspecto diferencial en el que se basará el cliente a la hora de adquirir un producto o un servicio. Y por tanto podemos definir la calidad como aquello que el cliente está dispuesto a pagar en función de lo que obtiene y valora.

Las definiciones anteriores coinciden en que la calidad consiste en la satisfacción de los requerimientos de los clientes, las cuales cada vez abarcan más aristas y por lo tanto se vuelven más exigentes.

#### ***2.1.4 Historia de satisfacción***

Desde la antigüedad, el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían. Al pasar el tiempo, la forma de obtener los productos cambió porque ahora tenían que desplazarse a grandes distancias. Luego esto, esto fue reemplazado con la aparición de centros de abastecimientos, ejemplo por los mercados, ya que en éstos había más variedad de productos. Más adelante, los agricultores mejoraron sus productos debido a la alta competitividad que existió en los mercados, era tanta la competencia que la calidad del producto ya no suficiente era, es por ellos que sobretensiones un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibir con el nombre de servicio al cliente. Hoy en día, existen poderosas herramientas que nos permite llegar de una manera más eficiente hacia nuestros clientes, de modo que permite fidelizarlos

## **2.2. Marco Conceptual**

Existen diferentes definiciones de calidad; el uso de cada una depende del área en que se está trabajando. Anteriormente se creía que la calidad era demasiado costosa y por eso influía en las ganancias producidas por la empresa. Ahora se sabe que el buscar la calidad da lugar a una baja en los costos de las empresas y una mayor ganancia. A continuación se analizarán los conceptos relacionados con la calidad y todo lo que abarca este extenso tema. Apoyaremos en los conocimientos y teorías de los más grandes e importantes autores sobre la calidad que son: Dr. Walter Shewhart, W. Edwards Deming, Dr. Joseph M. Juran, Dr. Armand Feigenbaum, Dr. Philip Crosby, Dr. Kaoru Ishikawa y Dr. Genichi Taguchi. Millones, (2010)

## **2.3. Conceptos de Calidad**

La calidad no tiene relación directa con el olor, color o sabor. Según Crosby, (1987) la calidad es el cumplimiento de requisito, es decir, calidad significa conformidad con las necesidades y no elegancia. Y en cuanto te acerques más a ellos la calidad será óptima. Para Philip Crosby no existe tal cosa que una economía de la calidad; siempre es más económico hacer el trabajo bien desde la primera vez. Crosby apoya la premisa de que la "economía de la calidad" no tiene ningún significado. La calidad es gratuita. Lo que cuesta dinero son todas aquellas acciones que involucra no hacer los trabajos bien desde la primera vez.

Juran, (1992) definía a la calidad como (1) rendimiento del producto que da como resultado satisfacción del cliente; (2) libertad de deficiencias en el producto, que evita la falta de satisfacción del cliente", lo que se resume como "adecuación para el uso. Esta definición se puede subdividir en cuatro partes: calidad en el diseño, calidad de conformidad con las especificaciones, disponibilidad y servicio en el campo. Las prescripciones de Juran se enfocan en tres procesos principales de calidad, conocidas como la trilogía de la calidad; (1) planeación de la calidad: el proceso de preparación para cumplir con las metas de calidad; (2) control de

calidad: el proceso debe cumplir con las metas de calidad durante la operación; y (3) mejora de calidad: el proceso de elevarse a niveles de rendimiento sin precedente. Juran, (1990)

En contraste, Taguchi, afirma que “la calidad es la menor pérdida posible para la sociedad”, en contraste a Crosby que afirma que la calidad se limita a cumplir con los requerimientos o parámetros mínimos. Taguchi orienta sus estudios en búsqueda de la mejora continua del proceso y servicio. Taguchi, (1989)

Para Kaoru, (1986), citado por (Ishikawa, 1989), la calidad empezaba en los clientes y era responsabilidad de toda la empresa, de cada uno de los departamentos y personas que lo conformaban, desde los altos mandos, hasta la base.

Asimismo para Deming, (1986) Calidad es satisfacción del cliente y en su caso era una lucha constante por continuar satisfaciendo al cliente, pues sus requerimientos cambiaban constantemente. Deming centraba sus estudios en la mejora continua de la calidad, la cual se centraba en el cliente.

El Dr. Shewhart, (1931), entendía la calidad como un problema de variación, el cual puede ser controlado y prevenido mediante la eliminación a tiempo de las causas que lo provocan, es decir, que los futuros problemas no debemos dejar que lleguen a serlo, sino que debemos de arreglarlos, cambiarlos y fortalecerlos para así evitar llegar a un punto crítico.

Por otro lado, el significado de calidad para Udaondo, (1991) es la determinación del cliente; no se refiere a una determinación de ingeniería, ni a una determinación de mercadotecnia o administrativa. Está basada sobre la experiencia actual de los clientes en relación con los productos o los servicios, comparada contra sus requerimientos concientes, sensoriales o enteramente subjetivos, y siempre representarán un objetivo de cambio para el mercado competitivo.

El significado global de la palabra calidad según Galgano,(1993) es la referencia y el objetivo de cualquier actividad desarrollada en una empresa. Los clientes pretenden un resultado global, de manera que no es posible cuidar de un solo factor sin tener en cuenta los restantes. En otras palabras la persecución de un objetivo limitado puede comprometer la satisfacción del cliente.

Como conclusión, es necesario recalcar que a pesar de que existen muchos y variados conceptos sobre lo que es calidad, los diferentes autores coinciden en que el objetivo fundamental de la calidad se encuentra en la satisfacción del cliente.

#### **2.4. La calidad en la educación superior universitaria**

Dirección de Evaluación y Acreditación, (2008) La calidad, dentro del marco legal vigente, se define como el conjunto de características inherentes a un producto o servicio que cumple los requisitos para satisfacer las necesidades preestablecidas. Así una carrera universitaria de calidad define claramente su misión o propósito en función de sus grupos de interés, estos propósitos abarcan las actividades confiadas por la sociedad.

La calidad de la enseñanza superior es un concepto pluridimensional que debería comprender todas sus funciones y actividades: enseñanza y programas académicos, investigación y becas, personal, estudiantes, edificios, instalaciones, equipamiento y servicios a la comunidad y al mundo universitario. Una autoevaluación interna y un examen externo realizados con transparencia por expertos independientes, en lo posible especializados en lo internacional, son esenciales para la mejora de la calidad. Deberían crearse instancias nacionales independientes, y definirse normas comparativas de calidad, reconocidas en el plano internacional. Con miras a tener en cuenta la diversidad y evitar la uniformidad, debería prestarse la atención debida a las particularidades de los contextos institucional, nacional y regional. Los protagonistas deben ser parte integrante del proceso de evaluación institucional.

La calidad requiere también que la enseñanza superior esté caracterizada por su dimensión internacional: el intercambio de conocimientos, la creación de sistemas interactivos, la movilidad de profesores y estudiantes y los proyectos de investigación internacionales, aun cuando se tengan debidamente en cuenta los valores culturales y las situaciones nacionales.

Para lograr y mantener la calidad nacional, regional o internacional, ciertos elementos son especialmente importantes, principalmente la selección esmerada del personal y su perfeccionamiento constante, en particular mediante la promoción de planes de estudios adecuados para el perfeccionamiento del personal universitario, incluida la metodología del proceso pedagógico, y mediante la movilidad entre los países y los establecimientos de enseñanza superior y entre los establecimientos de educación superior y el mundo del trabajo, así como la movilidad de los estudiantes en cada país y entre los distintos países. Las nuevas tecnologías de la información constituyen un instrumento importante en este proceso debido a su impacto en la adquisición de conocimientos teóricos y prácticos



*Figura 1 Modelo de calidad para la acreditación de carreras Universitarias*

## 2.5 Servicios

Una sola acción no asegura que una empresa mejore todas las facetas del servicio. Hoy día escuchamos con frecuencia que algunas empresas desean diferenciarse de sus competidores a través de un servicio adecuado al cliente. Mucha gente lo llama excelencia en el servicio, servicio fabuloso o, simplemente, buen servicio.

## 2.6 Conceptos de Servicios

Lo cierto es que, como cliente, el servicio de calidad es algo que difícilmente experimentamos en nuestro país (y en muchos otros). La razón por la que las empresas no han logrado ofrecer un servicio con calidad se debe, sobre todo, a que ni ellas ni los clientes sabemos qué significa exactamente. Es cierto que como clientes evaluamos la atención que se nos brinda, pero no es lo único que tomamos en cuenta, y lo peor de todo es que tampoco es lo más importante.

Servicio es la acción y efecto de servir. Organización destinada a cuidar los intereses y satisfacer necesidades públicas y privadas. (Lexis 22, Tomo 19, p. 5342).

Un servicio es un acto llevado a cabo por una persona u organización para beneficio de otra. Para la mercadotecnia, un establecimiento de servicio es un negocio que tiene como compromiso fundamental la satisfacción de los requerimientos del consumidor, llevando a cabo actos por los cuales un consumidor está de acuerdo en pagar un determinado precio.

Desde el punto de vista de la economía y el marketing, un servicio es el conjunto de actividades realizadas por una empresa para responder a las necesidades del cliente. De esta forma, el servicio podría definirse como el bien no material.

El servicio se puede dividir en cinco diferentes dimensiones. Parasuraman, Zeithaml, & Berry, (1988)

### ***2.6.1 Elementos tangibles.***

Se refiere a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados en determinada compañía (de cómputo, oficina, transporte, etc.). Una evaluación favorable en este rubro invita al cliente para que realice su primera transacción con la empresa.

### ***2.6.2 Cumplimiento de promesa.***

Significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado. Aunque ambos requisitos (entrega correcta y oportuna) pueden parecer diferentes, los clientes han mencionado que ambos tienen igual importancia, pues provocan su confianza o desconfianza hacia la empresa. En opinión del cliente, la confianza es lo más importante en materia de servicio.

El cumplimiento de promesa es uno de los dos factores más importantes que anima a un cliente a volver a comprar en nuestra organización.

### ***2.6.3. Actitud de servicio.***

Con mucha frecuencia los clientes perciben falta de actitud de servicio por parte de los empleados; esto significa que no sienten la disposición quienes los atienden para escuchar y resolver sus problemas o emergencias de la manera más conveniente.

Este es el factor que más critican los clientes, y es el segundo más importante en su evaluación. Después del cumplimiento, las actitudes influyen en el cliente para que vuelva a nuestra organización.

### ***2.6.4. Competencia del personal.***

El cliente califica qué tan competente es el empleado para atenderlo correctamente si es cortés, si conoce la empresa donde trabaja y los productos o servicios que vende, si domina las condiciones de venta y las políticas, en fin, si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos como para que usted le pida orientación.

Muchos clientes saben bien lo que quieren comprar, pero aquellos que requieren de orientación o de consejos y sugerencias pueden no tomarlas en cuenta aunque sean acertadas si no perciben que quien los atiende es lo suficientemente competente.

#### ***2.6.5. Empatía.***

Se refiere a que el cliente espera una atención especial y afectuosa por parte del prestador del servicio. Los clientes evalúan 3 factores: Facilidad de contacto: es fácil o no contactar al prestador del servicio. Comunicación: algo que buscan los clientes es un mayor nivel de comunicación de parte de la empresa que les vende, y además en un idioma que ellos puedan entender claramente. Gustos y necesidades: el cliente desea ser tratado como si fuera único, que se le brinde los servicios que necesita y en las condiciones más adecuadas para él.

El conjunto de los cinco factores mencionados conforma la evaluación total del cliente en materia de servicio. Cada cliente es distinto y requiere de diferentes estrategias para otorgarle el servicio adecuado, por lo que una sola acción no asegurará que una empresa mejore todas las facetas del servicio.

### **2.7 Diferencia entre servicio y producto**

Entre las características propias de un servicio que permiten diferenciarlo de un producto aparecen:

La intangibilidad: un servicio no puede verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra. La heterogeneidad: dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. La inseparabilidad: la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. La perecibilidad: un servicio no se puede almacenar. La propiedad: los compradores de un servicio adquieren el hecho de recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no la propiedad.

### ***2.7.1 Cliente***

“El cliente siempre tiene la razón” es una frase que se suele oír, con la que se expresa que la razón de existir empresarial es el fin de nuestro servicio o producto, que es el cliente en sí mismo.

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

### ***2.7.2 Definición de cliente***

En el comercio y el marketing, un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera u otro medio de pago. Quien compra, es el comprador, y quien consume el consumidor. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona

El mercado ya no se asemeja en nada al de los años pasados, que era tan previsible y entendible. La preocupación era producir más y mejor, porque había suficiente demanda para atender.

Hoy la situación ha cambiado en forma dramática. La presión de la oferta de bienes y servicios y la saturación de los mercados obliga a las empresas de distintos sectores y tamaños a pensar y actuar con criterios distintos para captar y retener a esos "clientes escurridizos" que no mantienen "lealtad" ni con las marcas ni con las empresas.

Muchos emprendedores insisten en que la experiencia puede ser aplicable a cualquier situación y se dan cuenta tarde de que su empresa no está sufriendo una recesión pasajera, sino que están quedando fuera del negocio.

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender tan bien a los clientes, para que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo.

## **2.8 Satisfacción del cliente**

Estamos en una nueva era económica esta frase se les escucha a menudo a muchos empresarios y hombres de negocios. La preocupación por los niveles de errores, defectos, material inapropiado para el trabajo, métodos anticuados de capacitación para el cargo, entre otros elementos, es parte de la inquietud de muchos.

Por ese motivo, resulta de vital importancia que, tanto mercadólogos como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción del cliente.

### ***2.8.1 Definición de Satisfacción del cliente***

La definición y medida de la calidad han resultado ser particularmente complejas en el ámbito de los servicios, puesto que, al hecho de que la calidad sea un concepto aún sin definir, hay que añadirle la dificultad derivada de la naturaleza intangible de los servicios Grönroos, (1994).

La satisfacción del cliente se puede entender como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas Kotler, (1989) citado por Millones, (2010).

## **2.9. Marco Teórico**

### ***2.9.1 Calidad de servicio en el ámbito Educativo.***

Sverdlick, (2012) citado por Tumino & Poitevin, (2014) señala que la calidad en relación con la gestión en educación fue traspolada desde el ámbito empresarial y fue vinculada a la idea del control en el proceso de producción. Cuando el concepto de calidad se aplica al ámbito educativo es necesario considerar la posición desde la que se lo hace, ello implica finalidad, sentido y funciones de la educación. Es decir que se ponen en juego sus funciones, los procesos de enseñanza aprendizaje, la acción de los docentes y la evaluación, considerando al sistema educativo en su conjunto.

Para Senlle & Gutiérrez, (2005) la calidad no es aplicar las normativas internacionales aprobadas por 157 países o incrementar ya sea las horas de clase o los exámenes; la calidad es un cambio profundo en la manera de pensar, de programar, de evaluar y de sentir la educación. Barnett, (1992) considera que las cuatro actividades institucionales que afectan a la formación del estudiante comprenden la calidad del método de enseñanza, la calidad del proceso de evaluación del aprendizaje, la calidad del diseño de los cursos y la calidad del programa de desarrollo del profesorado, actividades comunes a toda institución de educación superior y viables de ser evaluadas.

El afán eficientista llevo a muchas instituciones a preocuparse por la calidad dejando de lado el asegurar la enseñanza y aprendizaje en los estudiantes.

Se puede hablar de calidad en educación, cuando esta es promotora del progreso de sus estudiantes en una amplia gama de logros intelectuales, sociales, morales y emocionales, teniendo en cuenta su nivel socioeconómico, su medio familiar y su aprendizaje previo. Un sistema educativo eficaz es el que maximiza la capacidad de las instituciones para alcanzar esos resultados. Bustos & Salazar, (2010)

Aguerrondo, (1993) enfatiza la potencia del concepto de calidad al tratarse de un concepto totalizante, abarcante y multidimensional. Es un concepto que permite ser aplicado a cualquiera de los elementos que entran en el campo de lo educativo al poder hablar de calidad del docente, calidad del aprendizaje, calidad de la infraestructura o calidad de los procesos, aunque hay que considerar cómo se la define en cada caso. La autora enfatiza que las decisiones emergentes de la información cuantitativa sólo se orientarán hacia el largo plazo si las mediciones pueden ser evaluadas y reinterpretadas dentro de un contexto más global.

Capelleras & Veciana, (2004) percibieron el creciente interés por la evaluación de la calidad de la enseñanza que no esté exclusivamente centrada en la labor del profesor y elaboraron una síntesis de las investigaciones desarrolladas en este ámbito. Ciertos trabajos se han centrado en la valoración de la experiencia global de los estudiantes en la universidad con relación al conjunto de servicios que ofrece no sólo a nivel docente sino que también se incluyen los servicios de apoyo al estudio y los servicios generales tales como los relacionados con el desarrollo deportivo, cultural y convivencial. Las principales conclusiones a las que arribaron en el contexto de la educación superior fueron:

- No existe unanimidad en cuanto a la conceptualización de la calidad de servicio en el ámbito universitario desde la perspectiva del usuario. No existe una escala estandarizada dado que la mayoría de investigadores desarrollan una batería de ítems propia.
- La metodología utilizada es similar en casi todos los casos.
- Los estudios están generalmente centrados en una disciplina en particular.
- Se obtienen resultados diferentes en cuanto a las diferentes dimensiones de calidad percibida en educación superior, puesto que no siempre se mide el mismo concepto.

Actualmente existe una marcada preocupación de los gobiernos por la evaluación de la calidad dentro de los sistemas educativos. También existe una preocupación entre los pedagogos por encontrar nuevas formas de llegar a los estudiantes con estrategias de enseñanza que faciliten el aprendizaje. La preocupación por la calidad de la educación que están mostrando las universidades, se ha pronunciado en el nuevo milenio Capelleras & Veciana, (2004).

Este fenómeno mundial encontró su lugar en Argentina con la promulgación de la Ley de Educación Superior, al crearse la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU) quien evalúa las instituciones de educación superior con el propósito de proteger a la comunidad y satisfacer sus expectativas. Por ello se puede afirmar que resulta un tema de actualidad con gran asidero en el imaginario social de la universidad, ente autónomo capaz de propiciar el progreso en el marco de una misión que le confiere su propia impronta y motiva su crecimiento.

Senlle & Gutiérrez, (2005) relacionan la fórmula de la calidad en la educación con la estructura y gestión del centro de enseñanza y con la metodología o estrategias para transmitir el conocimiento con el fin de cambiar y desarrollar competencias. Si los servicios no son de calidad, deterioran el clima y los resultados institucionales. El contenido de conocimientos es importante, pero no son menos importantes las habilidades sociales, las escalas de valores y los comportamientos positivos que permitan a la persona integrarse con facilidad en los grupos sociales como motores de cambio, progreso y mejora.

Senlle & Gutiérrez, (2005) señalan cuando hay desconexión entre los estudios y lo que requiere la sociedad, hay falta de calidad. Estos autores contemplan, entre otros, los siguientes factores de calidad:

- Calidad en la metodología didáctico-pedagógica. Este factor consiste en la preparación docente y los recursos metodológicos que empleen en su cometido.

- Calidad en el servicio. La calidad en el servicio interno y la del servicio externo.

Para que el servicio final al cliente sea de calidad sin fallos, el servicio interno tiene que estar exento de errores. La no-calidad en el servicio interno se arregla fijando las funciones y responsabilidades de una manera clara y creando dinámicas de grupos de mejora donde los clientes internos puedan expresar sus necesidades y expectativas, a partir de los cuales se acuerden estrategias que ayuden a mantener el buen clima y a lograr los objetivos medidos por la satisfacción de los clientes externos. La falta de servicio externo causa divergencia entre la formación y lo que espera la sociedad.

- Calidad en la gestión. La responsabilidad principal de un director es dirigir y para esto es necesario entrenarse. Para gestionar se deben tener en cuenta los factores académicos, económicos, humanos, sociales y de calidad.

### ***2.9.2 Calidad del servicio dentro del ámbito educativo.***

Para acercarse a la idea de calidad se recurre a la evaluación como forma en la que puede ser discernida aunque no es posible decir que se completa el entendimiento del concepto solo por el uso de algunas mediciones Stubrin, (2010)

La medición de la calidad dentro del ámbito universitario debe enfrentar difíciles problemas tales como la falta de consensos a la hora de definir los indicadores de ejecución y definir la calidad con la que se desarrollará íntegramente a los estudiantes y docentes, aspectos difíciles de evaluar Tobón, Sánchez, Xarretero & García,( 2006).

Si perseguimos la calidad total, hemos de estructurar un sistema de gestión de la calidad que asegure la satisfacción global sistematizando un proceso de mejora continua basada en la mentalización y participación generalizadas de hacer las cosas cada vez mejor interiorizando esta actitud hasta convertirla en una cultura propia de nuestra universidad. Panera, (2010)

Comúnmente se suele utilizar una escala de medida para evaluar la calidad del servicio en función de un conjunto de atributos representativos. Existe una escala, conocida como SERVQUAL Parasuraman, Zeithaml y Berry, (1988) que, desde su aparición a finales de los años ochenta, se ha convertido en una de las medidas más populares de la calidad de servicio. Este instrumento mide la calidad de servicio como diferencia entre las percepciones y las expectativas de los usuarios de los servicios y ha sido aplicada en un gran número de investigaciones que abordaron la prestación de servicios con características diferentes. No obstante, varios estudios han cuestionado la validez de dicha escala y han detectado ciertos problemas relacionados no solo con la definición sino también con la operacionalización, la generalidad y las propiedades psicométricas de la misma.

Martínez, (2009) citado por Tumino & Poitevin, (2014) considera que las buenas evaluaciones son necesarias para apoyar los esfuerzos de mejora, pero debe evitarse el error recurrente de desarrollar evaluaciones inadecuadas que podrían tener consecuencias negativas graves y que los profesionales preocupados por la educación deberían tratar de evitar. Por su parte, Lepeley (2004), opina que:

Cuando se trata de evaluación de la calidad, utilizar instrumentos de medición simples, con los que los encuestados se sientan cómodos, resulta ser una práctica muy recomendable, dado que las teorías e instrumentos complejos incrementan los esfuerzos y desvirtúan el interés en evaluar y mejorar. Capelleras & Veciana, (2004) han optado por adecuar la escala de medida SERVQUAL al servicio universitario. Según estos autores, aunque tanto este instrumentos como la escala posterior SERVPERF fueron concebidos como medidas genéricas de la calidad de servicio percibida por los clientes, en las investigaciones más recientes parece haberse generalizado la opinión de que distintos negocios de servicios tienen diferentes factores críticos

o determinantes de la calidad, tal como lo señalan Carman, (1990) Barbakus & Mangold, (1992), citados en Capelleras & Veciana (2001).

Capelleras & Veciana, (2004) citado por Tumino & Poitevin, (2014) expresan que abordaron la evaluación de la calidad de la enseñanza a través de las percepciones de los estudiantes, señalando que este enfoque presenta la ventaja de reducir la amplitud del cuestionario. Estos autores validaron la escala empleada con el objeto de analizar sus propiedades, y comprobar su capacidad para medir la calidad de servicio en el ámbito de la enseñanza universitaria, obteniendo resultados aceptables para el instrumento que fue parte de la escala utilizada en el presente trabajo.

El surgimiento de la calidad como ciencia de la gestión se remonta a los años 1920 dentro del mundo empresarial y administrativo. Las empresas acuñaron diferentes formas de medir y evaluar la calidad. Este fenómeno atravesó diferentes paradigmas a través del tiempo entre los que se incluyen la inspección de la calidad, el control de la calidad y el aseguramiento de la calidad, donde se plantearon modelos para los problemas que representaba, hasta llegar a la gestión de la calidad total de las empresas modernas (Sanguesa, Mateo e Ilzarbe, 2006:19) citado por Tumino & Poitevin, (2014).

Santos Guerra (2003:9) citado por Tumino & Poitevin, (2014) declara que “la calidad encierra una amplia gama de acepciones y provoca muchos prejuicios, deseos, intereses, decisiones, dinero y trampas”. Si se considera este concepto como una construcción que encierra diversas acepciones, apropiado mencionar la recopilación de tipos de definiciones de calidad efectuada por Garvin, (1984):

- Definiciones trascendentes: es vista como perdurable en el tiempo, de característica absoluta y universal. Uno la reconoce cuando la ve.

- Definiciones basadas en el producto: calidad vista como medible, mayor calidad es mayor cantidad de producto. Ampliamente usado en economía.
- Definiciones basadas en el usuario: es altamente subjetiva ya que la define el usuario. Entonces la mayor calidad está dada por la satisfacción de mayor número de clientes. ¿Qué características realmente dan calidad y no solo satisfacción al cliente?
- Definiciones basadas en la producción: cumplimiento de especificaciones, adecuación a clientes y horarios previstos.
- Definiciones basadas en el valor: producto que satisface necesidades a un precio razonable

### ***2.9.3 Competencia del cuerpo docente***

Tumino & Poitevin, (2014) añade que este factor contempla aspectos relativos al nivel de conocimientos teóricos y prácticos de los docentes, a su capacidad para transmitirlos y a su nivel de actualización profesional.

Bozu & Herrera, (2009) expresa que cuando hablamos del perfil profesional del profesorado, nos referimos al conjunto de competencias que identifican la formación de una persona, para asumir en condiciones óptimas las responsabilidades propias del desarrollo de funciones y tareas de una determinada profesión. En el caso del perfil del profesorado universitario, para asegurar una docencia de calidad en conformidad con los nuevos retos que plantea la Convergencia Europea, es necesario definir un perfil transferencial, flexible y polivalente, capaz de adecuarse a la diversidad y a los continuos cambios que se vienen dando en la sociedad en la que vivimos.

#### ***2.9.4 Organización de la enseñanza de la carrera***

Tumino & Poitevin, (2014) expresa que el contenido del plan de estudios. Esta dimensión refiere al grado de orientación teóricopráctico de los estudios, al grado en que se potencia el desarrollo de las capacidades de los estudiantes, a la adecuación de los contenidos al perfil profesional, al diseño curricular incluyendo el aprendizaje independiente. Asimismo considera los horarios de clase, y el tamaño de los grupos, vinculados con la organización de la enseñanza. Ambas variables ofrecen una alta correlación con este factor.

Es garantizar una mayor calidad en la formación integral del profesional constituye el principal objetivo de la Educación Superior (Vecino A. 2004), citado por Leyva & Lorez, (2013) expresa que es desde hace muchos años se trabaja arduamente para lograr niveles superiores en la concepción y ejecución de la labor educativa desde el contenido de las disciplinas, para asegurar el dominio de los modos de actuación profesionales previstos, en el perfeccionamiento continuo de los planes de, perfil profesional, diseño curricular, aprendizaje individual, horarios de clase y grupos vinculados a la organización estudio y en la consolidación del sistema de evaluación y acreditación de las carreras universitarias” (Horruitiner P. 2004) citado por Leyva & Lorez, (2013).

#### ***2.9.5 Comunicación y clima organizacional***

Tumino & Poitevin, (2014) declara que esta dimensión comprende aquellos aspectos que hacen a la comunicación entre los diferentes actores institucionales, a los espacios para expresar opiniones, al tratamiento de las sugerencias y al clima de convivencia.

Vega, Arévalo, Sandoval, Aguilar, & Giraldo, (2006) declara el interés por el estudio del clima organizacional ha crecido rápidamente durante los últimos años, ya que las organizaciones, a través de la implementación de sistemas gestión de calidad y la inclusión de dicho tema en los indicadores de gestión, la han asumido como uno de los elementos básicos

para generar mejoramiento continuo. Así, el objetivo de este artículo es presentar el panorama de los estudios de clima organizacional (CO) en Bogotá, D.C. (Colombia), hallados en 10 instituciones de educación superior y 2 bibliotecas públicas, de los años 1994 a 2005. Se revisaron 168 documentos, de los cuales se tomaron, como base para el presente artículo, 93 en psicología del trabajo y las organizaciones y áreas relacionadas con la gestión humana; de estos, a su vez, 67 son trabajos de grado (48 en pregrado y 19 en postgrado), 11 artículos científicos y 15 libros. Esta revisión permitió identificar las diferentes definiciones, los autores más representativos citados en los trabajos consultados, los factores asociados al estudio del clima organizacional, los instrumentos utilizados para medirlo y el abordaje del tema que se hace desde diferentes disciplinas en el contexto objeto de estudio.

#### ***2.9.6 Actitud y comportamiento del cuerpo docente***

Tumino & Poitevin, (2014) Reconoce los aspectos del servicio relacionados con las actitudes y comportamientos del profesorado hacia el estudiante, tales como preocupación por su aprendizaje, estimulación de su participación y la disposición para orientar el aprendizaje.

Ferrer, (2004) agrega la formación de la actitud organizacional se fundamenta en el principio del aprendizaje.

De allí que el individuo establece mecanismos complejos, diversos y alternativos de aprendizaje en su entorno socio-familiar, socio-profesional y socio-laboral. En consecuencia, el profesor universitario está inmerso en actividades que requieren de una actitud positiva para aprender nuevas conductas docentes, organizacionales, de autoformación y con formación. Estas conductas desarrollan profesional y académicamente al profesor, así como también coadyuvan con la interacción favorable para desarrollar la formación profesional alternativa en la relación universidad-empresa.

### ***2.9.7 Instalaciones y equipamiento***

Tumino & Poitevin, (2014) Este componente se vincula con los aspectos tangibles del servicio tales como las instalaciones físicas, las aulas, los equipamientos y el acervo bibliográfico disponible.

Herrera, (2009) Espacio físico y virtual, flexible, donde convergen y se integran infraestructuras tecnológicas, recursos humanos, espacios, equipamientos y servicios (proporcionados en cualquier momento y accesibles desde cualquier sitio) orientados al aprendizaje del alumno y a la investigación. Domínguez, (2005).

Servicio universitario que tiene como objetivo ayudar al profesorado y al estudiantado a facilitar las actividades de aprendizaje, de formación, de gestión y de resolución de problemas sean técnicas, metodológicas y de conocimiento en el acceso y uso de la información Area, Hernández & Sancho, (2007).

### ***2.9.8 Evaluaciones***

Tumino & Poitevin, (2014) Comprende que atienden al grado de adecuación de las evaluaciones de los aprendizajes.

Cárdenas, Méndez, & Ramírez, (2014) agregan que la Educación es el medio fundamental de las sociedades para conservar, transmitir y transformar la cultura y la vida de los individuos (Valdés, Cantón y Mercado, 2006). Las instituciones educativas cambian constantemente, ya que, si evoluciona lo que hay que enseñarse-aprenderse, del mismo modo la forma de aprender-enseñar debe evolucionar (Pozo, 2001). Esto conlleva ciertos cambios subyacentes, entre ellos, lo que se espera que realice el docente y la necesidad de evaluar si realmente cumple con lo esperado, a lo que se denomina evaluación del desempeño docente.

### ***2.9.9 Asignaturas Optativas***

Tumino & Poitevin, (2014) Reúne elementos que hacen referencia a la combinación entre asignaturas obligatorias y optativas y al interés que despiertan éstas últimas dentro de la carrera

### ***2.9.10 Efectividad de Procesos Administrativos***

Tumino & Poitevin, (2014) Esta dimensión incluye aquellos ítems referidos a la eficacia y eficiencia de los procesos administrativos para solucionar problemas.

## **2.10 Estrategias para influir sobre las percepciones del cliente**

La estrategia clave para la empresa que centran su atención en el cliente consiste en medir y vigilar su satisfacción y la calidad en el servicio. Este tipo de medidas son necesarias para dar seguimiento a las tendencias, diagnosticar los problemas y establecer los vínculos con otras estrategias que también se centre en el cliente. El propósito principal es orientar hacia los elementos para construir las percepciones del cliente y mostrar cómo se organizan está en torno a percepciones todavía más amplias de la calidad y la satisfacción. Estas estrategias son:

### ***2.10.1 Estrategia de retención del cliente.***

Ya que en cada uno de los encuentros del servicio resulta potencialmente crítico para retener al cliente, muchas empresas proponen lograr cero defectos o 100 por ciento de satisfacción. Para alcanzar dichos requisitos, lo primero que se requiere es contar con la documentación clara de todos los puntos de encuentro que existen entre la organización y sus clientes. El siguiente paso consiste en impulsar el entendimiento de las expectativas del cliente en cada uno de dichos encuentros, de tal forma que las estrategias puedan construirse en torno al cumplimiento de dicha expectativa.

### ***2.10.2 Tipos de brechas en la calidad de los servicios***

La calidad de los servicios, según Hoffman & Bateson, (2002) se puede estudiar en términos de las brechas que existen entre las expectativas y las percepciones que tienen los administradores, los empleados y los clientes. Según los autores señalados, los tipos son:

*2.10.2.1 Brecha de servicio:* Es la distancia existente entre las expectativas del cliente con el tipo de servicio que se brinda y la evaluación que luego el cliente hace del servicio.

*2.10.2.2 Brecha del conocimiento:* Es la diferencia existente entre lo que el cliente espera con lo que creen las autoridades respecto de lo que esperan los clientes.

*2.10.2.3 Brecha de la prestación:* Es la diferencia existente entre las normas establecidas para la prestación del servicio con lo que realmente es el servicio. Por ejemplo: ¿Están bien preparados profesores para formar profesionales?

*2.10.2.4 Brecha de la comunicación:* Es la diferencia existente entre lo que se publicita por los medios de comunicación respecto del servicio que se ofrece al cliente con lo que realmente es el servicio.

### **2.11 Criterios de los clientes respecto de la calidad de los servicios.**

Para conocer la opinión que los clientes tienen con relación a la calidad de los servicios que se prestan, es necesario contar con su sistema de información. Según Hoffman & Bateson (2002), el sistema de información consiste en un proceso de investigación permanente que debe proporcionar los datos relevantes para tomar las decisiones que sean necesarias. Los componentes del sistema de información son:

### ***2.11.1 Recopilación de las quejas de los clientes***

Las quejas de los clientes deben considerarse para determinar la calidad del servicio. Una queja es la expresión de descontento del cliente y, por tanto es una reprobación de calidad del servicio que se presta. Toda queja por más mínima que sea debe ser tomada en cuenta.

### ***2.11.2 Encuestas después de las ventas***

En la mayoría de los casos, los clientes no muestran su descontento. Son pocos los clientes que se quejan y son escuchados. Por esta razón si se quiere conocer la opinión de los clientes respecto del servicio y administrar la calidad del servicio es necesario aplicar encuestas. Una encuesta es un cuestionario de preguntas referidas a la calidad del servicio. Se debe aplicar inmediatamente después del servicio prestado.

### ***2.11.3 Entrevista a grupos de clientes***

Es una estrategia de recopilación de información que proporciona datos de primera mano respecto de la calidad de servicio. Consiste en charlas espontaneas que los representantes de la institución realiza con grupos focalizados de clientes. Es una estrategia más efectiva que la encuesta, porque permite recoger información muy rica en cuanto a la opinión del cliente.

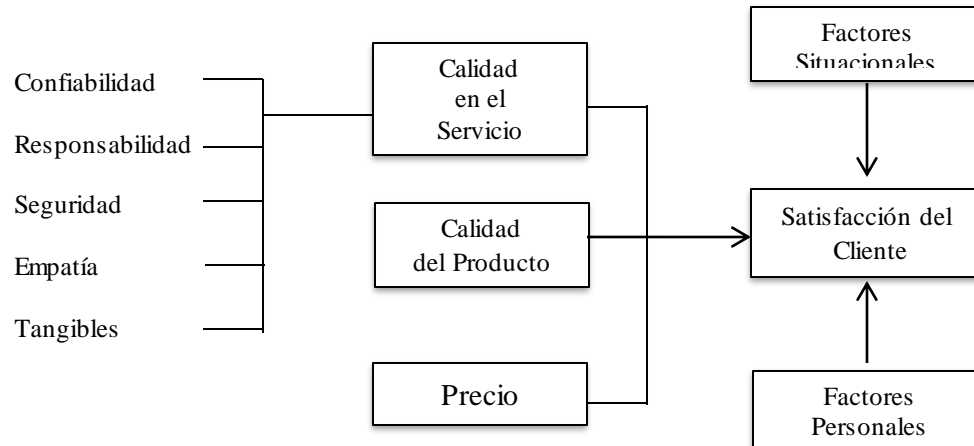
### ***2.11.4 Compras encubiertas***

Esta estrategia consiste en cumplir el papel de cliente con la finalidad de conocer la calidad de servicio que prestan los empleados de la institución. Determinadas personas se hacen pasar de clientes, realizando gestiones en las oficinas de la institución con el fin de conocer como los atienden. Para Hoffman & Bateson, (2002) la compra encubierta es una “forma de investigación que no incluye a los clientes y que se compone de personal preparado para hacerse pasar por ellos, compran en la empresa sin previo aviso y evaluar a los empleados”.

### 2.11.5 Satisfacción versus calidad en el servicio

Cada vez es mayor el consenso respecto de que dos conceptos son en esencia distintos en términos de las causas subyacentes y de sus resultados. Si bien tienen aspectos en común, la satisfacción por lo general se observa como un concepto más amplio, mientras que la evaluación de la calidad en el servicio se centra específicamente en las dimensiones del servicio. Desde este punto de vista, la percepción de la calidad en el servicio es un componente de la satisfacción del cliente.

Como se muestra en la Figura 2. La calidad en el servicio es una evaluación dirigida que refleja las percepciones del cliente sobre ciertas dimensiones específicas del servicio: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibles. Por su parte, la satisfacción es más exclusiva: influyen sobre ellas las percepciones de la calidad en el servicio, la calidad del producto y el precio, lo mismo que factores situacionales y personales.



*Figura 2 Percepciones de la calidad y satisfacción del cliente elaborada por Hoffman, Douglas y Batseon. (2002). Fundamentos de Marketing de servicios.*

Dwayne, (1994) menciona que cuando se refiere a las percepciones del cliente, se asume que las dimensiones del servicio y las formas en que el cliente evalúe el servicio son semejantes, independientemente de si el cliente es externo o interno de la organización.

## 2.12. Satisfacción del cliente

En el caso de una universidad, el cliente viene a ser los estudiantes, el egresado, el público en general y, también, los mismos trabajadores en cuanto requieran algún servicio o beneficio de su institución. Cuando se habla de los trabajadores de la universidad se habla de los docentes, de los administrativos y de las mismas autoridades.

Siguiendo la concepción de Korniejczuk, (2012) un cliente satisfecho mostrara actitudes positivas, mientras que un cliente insatisfecho mantendrá actitudes negativas. Las actitudes negativas se manifiestan de diferentes formas: agresividad frente a los trabajadores, opiniones de desprestigio en contra de la institución, quejas ante el ministerio público, demandas judiciales, etc.

La satisfacción es uno de los constructos más estudiados en la literatura de marketing Carrete & Rosas, (2010) De hecho, según Peterson y Wilson (1992), existen publicados en las dos últimas décadas más de 15.000 artículos sobre satisfacción/insatisfacción del consumidor. Mediante la revisión de estos artículos, se constata una elevada variabilidad en la definición y en la delimitación del dominio conceptual de la satisfacción, lo cual limita considerablemente su investigación.

Caldera, Perela, & Ortega, (2011) citado por Hoffman & Bateson, (2002), explica que la satisfacción es un estado psicológico que se experimenta en el corto plazo; en tanto que la calidad del servicio se advierte en largo plazo. Se puede decir, en otras palabras que la satisfacción acerca de un servicio se siente en inmediato, lo que no ocurre cuando se quiere determinar la calidad de un servicio.

Hay quienes pretenden determinar la calidad del servicio, CALDERA, PIRELA, & ORTEGA, (2011) citado por Hoffman & Bateson (2002), agrega que de acuerdo al grado de satisfacción del cliente. Sin embargo los detractores de este punto de vista afirman que no

siempre esto es así. Puede ser que un cliente muestre su satisfacción por un determinado servicio porque sus requerimientos están mediatizados por la publicidad televisiva; ya que para otros que sufren tal mediatización el servicio más bien sea considerado pésimo.

Colmenare & Saavedra (2010) citado por Hoffman y Bateson (2002), explica que la calidad del servicio guarda directa relación con las expectativas que el cliente tiene respecto del servicio y esta relación es la que determina la satisfacción del cliente. Por tanto aquí se identifican tres variables: las expectativas del cliente, la calidad del servicio y el grado de satisfacción. El grado de satisfacción se deriva de la relación entre expectativas y calidad de servicio. Si el servicio guarda directa relación con las expectativas, entonces, habrá satisfacción, de lo contrario, no. Antes de abordar en detalle estos tres temas, es necesario deslindar las diferencias conceptuales entre lo significa un bien, un servicio y un producto. Colmenare & Saavedra ,(2010) citado por Hoffman & Bateson (2002), afirma que es muy difícil ofrecer un ejemplo de un bien puro o de un servicio puro. Un bien puro implicaría que los beneficios que recibe el cliente no contienen ningún elemento del servicio que este brinda. Por otro lado, un servicio puro no contendría ningún elemento de los bienes”. Sin embargo se ensayas las siguientes diferencias que consideran en la presente investigación.

- BIENES: Objetos, aparatos o cosas.
- SERVICIOS: Actos, esfuerzos o actuaciones.
- PRODUCTO: Un bien o servicio.

Para efectos de la presente de la investigación, el término que se hace es servicios, porque se refiere a esfuerzos y actuaciones de aprendizaje y enseñanzas, de la investigación, proyección social, extensión universitaria, desarrollo espiritual y gestión académica que corresponde a una universidad.

## 2.13 Expectativas del cliente

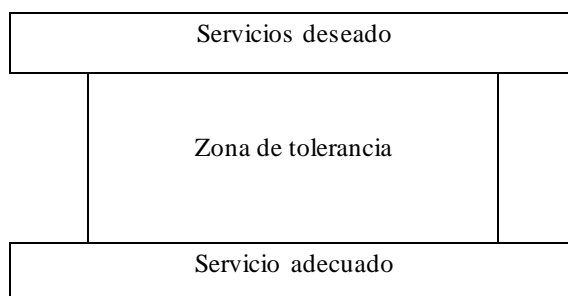
Caldera, Pirela, & Ortega,(2011) expresan las expectativas del cliente son creencias relacionadas con la prestación del servicio que funciona como punto referencia contra los cuales se juzga su desempeño. Debido a que los clientes comparan sus percepciones del servicio con estos puntos de referencia cuando evalúan la calidad en el servicio, resulta fundamental conocer las expectativas que tienen los consumidores acerca del servicio. El conocimiento de las expectativas del cliente constituye el primer paso, y probablemente el más importante, para alcanzar un servicio de calidad. Equivocarse con los consumidores lo que desean puede significar perder los clientes de un negocio mientras que otra empresa da en el blanco exacto. Aun cuando casi todos comprenden a nivel intuitivo son las expectativas del consumidor, es necesario contar con una definición mucho más clara y profunda de las expectativas, con el propósito de comprenderlas, medirlas y administrarlas.

Naranjo, (2011) citado por Gronroos C. (1989) manifiesta que los clientes sostienen diferentes tipos de expectativas de servicios, dentro de los cuales cita y resalta el servicio deseado y servicio adecuado. El servicio deseado es una combinación de lo que el cliente considera que puede ser. Por ejemplo, los alumnos que se inscriben a un servicio online de la una asignatura esperan que las clases sean interesantes, atractivas y compatibles. Las expectativas que sostienen reflejan las esperanzas, deseos que puedan ser satisfechos. De igual manera si se aproxima su graduación quizá se comprometería con los servicios que presta la oficina de personal de la universidad. Con lo cual lo más probables es que cada oficina le encuentre un empleo, es decir, el empleo indicado en el área geográfica adecuada y con el salario correcto, porque eso es lo que espera y se desea. Sin embargo, también es probable que se observe que puede disminuir la disponibilidad de las ofertas ideales de empleo en la universidad. En esta situación y, en general, los clientes esperan alcanzar sus deseos de servicios pero

reconocen que no siempre es posible lograrlo. En consecuencia, sostienen otra expectativa de un nivel más bajo que representa un umbral del servicio aceptable. A esta expectativa se le denomina servicio adecuado.

El servicio adecuado es la expectativa mínima tolerable como el nivel inferior de desempeños aceptables por el consumidor y refleja el nivel de servicio que los clientes creen que van a obtener de acuerdo con su experiencia de servicio. A pesar que ellos mantienen altas sus esperanzas y deseos (es decir, sus expectativas de servicio deseado), reconocían que dadas las condiciones que presentaba el mercado en ese momento resulta imposible alcanzar esos deseos. El estándar de servicio adecuado estaba muy por debajo del que sostenían en su servicio deseado: con tal de percibir un salario, algunos de estos jóvenes licenciados aceptaron otro tipo de empleo.

En la figura 3 se muestran estos dos estándares de expectativas como los límites más bajos y más bajo de la misma; también presenta la idea de que los clientes evalúan el desempeño del servicio con la base a dos estándares: lo que desean y lo consideran aceptables.



*Figura 3 Zona de tolerancia elaborada por Hoffman, Douglas y Bateson. (2002). Fundamentos de Marketing de servicios.*

### ***3.2.1 La zona de tolerancia***

Los servicios pueden ser heterogéneos en el sentido de su ejecución, es decir puede variar entre los proveedores, entre los empleados de un mismo proveedor e incluso, entre un mismo empleado del servicio. Y muchas veces los clientes reconocen y desean aceptar esta variación, a esto se le denomina zona de tolerancia.

Cuando el servicio se ubica por debajo del área del servicio adecuado (el nivel mínimo considerado aceptable. Cuando el desempeño del servicio se encuentra fuera de la zona de tolerancia, en la parte superior (donde el desempeño supera el nivel de servicio deseado) los clientes se sienten muy complacidos y, quizás, también bastante sorprendidos.

La zona de tolerancia es el intervalo dentro del cual los clientes nos advierten particularmente del desempeño del servicio. Solo cuando el desempeño del servicio cae fuera del intervalo (ya sea muy alto o muy bajo) llama la atención del cliente, de manera positiva o negativa. A manera de ejemplo el servicio que recibe el alumno que se encuentra en el área finanzas para pagar su pensión de enseñanza.

La mayoría de los alumnos tiene un intervalo de tiempos aceptables para desempeñar este tipo de encuentro de servicio, que probablemente oscila entre 5 y 10 minutos. Si el servicio se lleva a cabo dentro de ese periodo es posible que los alumnos no prestan mucha atención a la espera. Cuando el alumno se forma y observa que el personal encargado es suficiente para atenderlo durante los tres primeros minutos, el servicio puede llamar su atención y juzgarlo como excelente. Por el contrario, cuando el alumno debe formarse en la línea de espera durante 15 minutos, e (y muy probablemente y el resto de los alumnos que esperan) empiezan a quejarse, a mirar su reloj y a lanzar miradas asesinas al personal que se encuentra atendiendo. En la medida en que su espera rebasa la zona de tolerancia, lo que genera la incomodidad y la frustración se siente.

Las expectativas del cliente en relación con el servicio se representan por medio de un grado de niveles cuyos límites son el servicio deseado y el servicio adecuado, en lugar de representarse por un solo nivel. Esa zona de tolerancia que representa la diferencia que existe entre el servicio deseado y el nivel de servicio que se considera adecuado, puede expandirse y contraerse en mismo cliente.

Otro aspecto de la variabilidad del nivel razonable de los servicios se relaciona con el hecho de que los distintos clientes tienen la zona de tolerancia diferente. La zona de tolerancia de algunos clientes es muy corta, por los que requieren un intervalo de servicio más riguroso de parte de los proveedores, mientras que otros clientes permitan un intervalo de servicio más amplio.

Por ejemplo, es probable que los clientes muy ocupados se sientan presionados por el tiempo, por lo cual generalmente desean tiempos de espera más breve y también muestra un rango restringido respecto de la duración de los tiempos de espera aceptables. La zona de tolerancia de un cliente en particular crece o decrece dependiendo de diversos factores bajo el control de la empresa, como los precios.

La zona de tolerancia de los clientes varía de acuerdo con los diferentes atributos y dimensiones del servicio. En la medida que aumenta la importancia del factor es más probable que aumente la estrechez de la zona de tolerancia. En términos generales, parece que los clientes son menos tolerantes ante la poca confiabilidad de los servicios (promesas rotas, fallas del servicio) que ante otras deficiencias del mismo; lo anterior significa que su expectativa es mayor respecto de ese factor. Por lo cual la zona de tolerancia para dimensiones más importante del servicio es más pequeña y los niveles de servicio deseado y servicio adecuado más alto.

### 3.2.2 Factores que influyen las expectativas del cliente

Las expectativas del servicio se forman por muchos factores incontrolables, desde la experiencia que el cliente vive con otra compañía hasta el efecto de su publicidad sobre el estado psicológico de los clientes en el momento de la prestación de servicio. En términos generales, los que los clientes esperan son tan diversos como su educación, sus valores y sus experiencias.

Caldera, Pirela, & Ortega, (2011) citado por Valarie (1993) menciona de fuentes de expectativas de los servicios deseados y de los servicios adecuados, resultando los factores que afectan las expectativas del cliente.

### 3.2.3 Fuente de las expectativas del servicio deseado

En la figura 4 se muestra dos de los factores que afectan de manera importante el nivel de servicio deseado y estas son las necesidades personales y filosofía del servicio.

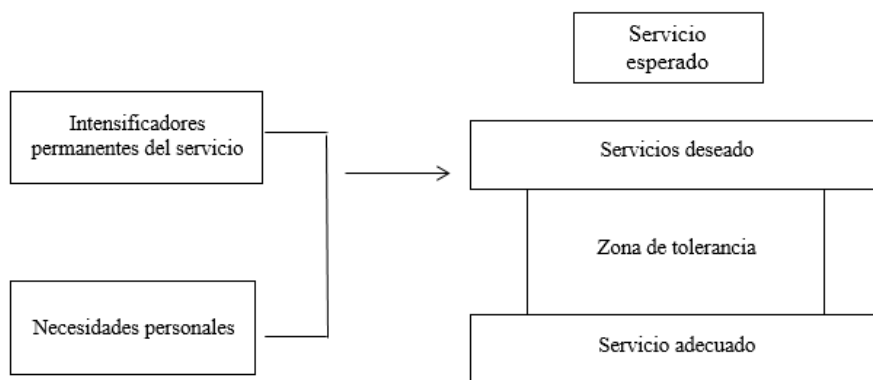


Figura 4 Hoffman, Douglas y Bateson, John. (2002). *Fundamentos de Marketing de servicios*.

Las necesidades personales son los estados o condiciones esenciales para el bienestar físico o fisiológico del cliente son factores fundamentales que dan forma al nivel del servicio deseado. Las necesidades personales pueden clasificarse en muchas categorías que incluyen lo físico, lo social, lo psicológico y lo funcional. Los intensificadores permanentes del servicio

son factores individuales y estables que exaltan la sensibilidad del cliente ante el servicio. Entre estos factores, uno de los más importantes puede denominarse expectativas derivadas del servicio que se presentan cuando las expectativas del cliente son dirigidas por otras personas o grupos de personas.

### 3.2.4 Fuentes del servicio adecuado

En la figura 5 se muestran los cinco factores que influyen en el servicio adecuado.

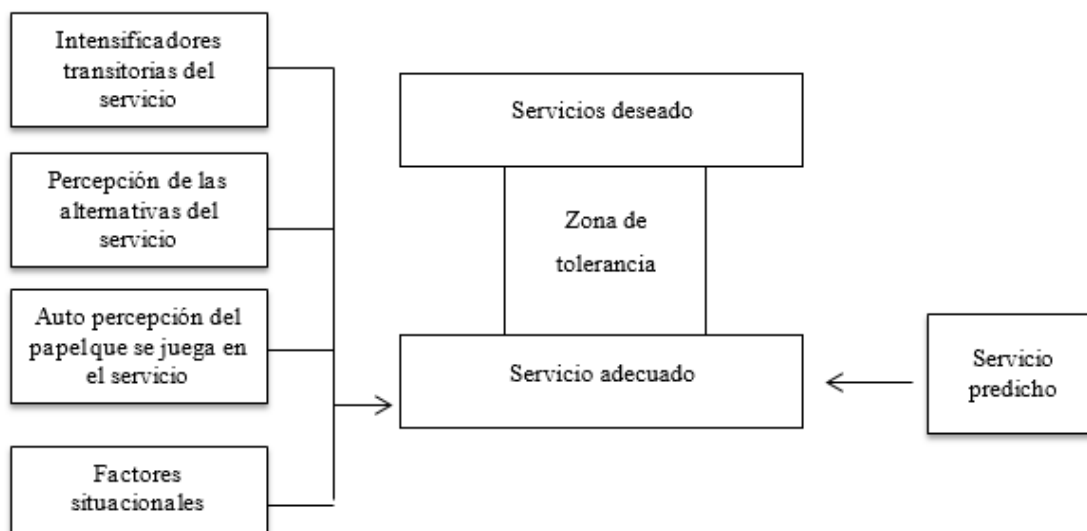


Figura 5 Fuentes del servicio adecuado elaborado por Fuente: Hoffman, Douglas y Bateson (2002). Fundamentos de Marketing de servicios.

### 3.2.5 Los intensificadores transitorios del servicio

Son factores individuales temporales y usualmente de corto plazo que provocan que el cliente sea más consciente de la necesidad del servicio. Son situaciones de emergencia personal en la urgente necesidad del servicio (tal como un accidente o la avería del equipo de la oficina durante el periodo del mucho trabajo) aumenta el nivel de las expectativas de servicio adecuado y, en particular, el nivel de la responsabilidad que se requiere y considera aceptable.

Los clientes valora la confiabilidad del servicio abre cualquier otra dimensión; por ello es fundamental que el servicio se ejecute de manera correcta la primera vez.

### ***3.2.5 La percepción de alternativas de servicio***

Son los otros proveedores de los cuales el cliente puede obtener el servicio. Si los clientes pueden elegir entre múltiples proveedores para un mismo servicio o si puedan prestarse el servicio a si mismo sus niveles de servicio adecuado son más que cuando los clientes consideran que ningún otro puede obtener un mejor servicio. Cuando el cliente percibe que existen alternativas, el nivel de servicio adecuado aumenta y la zona de tolerancia se angosta.

### ***3.2.6 El auto percepción del papel del cliente en el servicio***

Se define como las percepciones de los clientes acerca del grado de influencia que ejercen sobre el nivel de servicio que perciben. Las expectativas del cliente pueden ser, en cierta medida, por el grado de desempeño de su papel en la prestación de servicio que creen tener, donde se puedan apreciar que el cliente tiene dos roles; en primer lugar debe especificar el nivel de servicio que espera, en segundo lugar difiere su papel cuando asume la responsabilidad de reclamar en el caso de que el servicio no sea adecuado. Por lo tanto un cliente insatisfecho que reclama será menos tolerante que otro que no se expresa sus preocupaciones. Las zonas de tolerancia de los clientes parecen expandirse cuando sienten que ellos no cumplen con sus roles. Por el contrario, cuando ellos consideran que realizan su parte en la prestación del servicio, sus expectativas de servicio adecuado aumentan.

### ***3.2.7 Los factores situacionales***

Son las condiciones en las que se presta el servicio y que esta pueda estar más allá del control del proveedor del servicio. Por ejemplo, en el caso de emergencias personales, como accidentes automovilísticos serios, es casi seguro que las expectativas del cliente respecto del servicio de la compañía de seguros tienden a identificarse (debido a que son intensificadores

transitorio del servicio), mientras que la catástrofe que afectan a numerosas personas al mismo tiempo (temblores) pueden disminuir las expectativas del cliente porque reconocen que las aseguradoras se encuentran saturadas con las demandas del usuarios. Los clientes que reconocen que este tipo de contingencia no se debe a los errores de la compañía de servicio, puede aceptar niveles de servicio adecuado más bajo en ese contexto particular.

### ***3.2.8 El servicio predicho***

Se define el nivel de servicio que los clientes creen que probablemente recibirán. Regularmente el servicio predicho se refiere a la estimación o cálculo del servicio, que el cliente recibirá durante una transacción individual, en el lugar referirse a la relación global que sostiene con el proveedor del servicio.

Este tipo de expectativa de servicio se puede observar como las proyecciones que realizan los clientes acerca de lo que puede suceder durante una transacción o intercambio inminente. Predecir la ejecución de un servicio implica algunos cálculos objetivos. Es posible que los niveles del servicio adecuado sean mayores cuando los clientes anticipan un buen servicio, que cuando anticipan un servicio deficiente. Si bien las expectativas de los servicios deseados adecuados son valoraciones generales que comprenden muchas transacciones individuales de servicio, el servicio predicho casi siempre es la estimación de lo que sucederá durante el siguiente encuentro de servicio o transacción que experimentara el cliente. Esta es una de las razones para que el servicio predicho se considere, dentro de este modelo, solo como una influencia del servicio adecuado.

3.2.8.1 Fuentes de las expectativas del servicio deseado y del servicio predicho: En la siguiente figura 6 se muestran los factores que influyen en el servicio deseado y el servicio predicho.

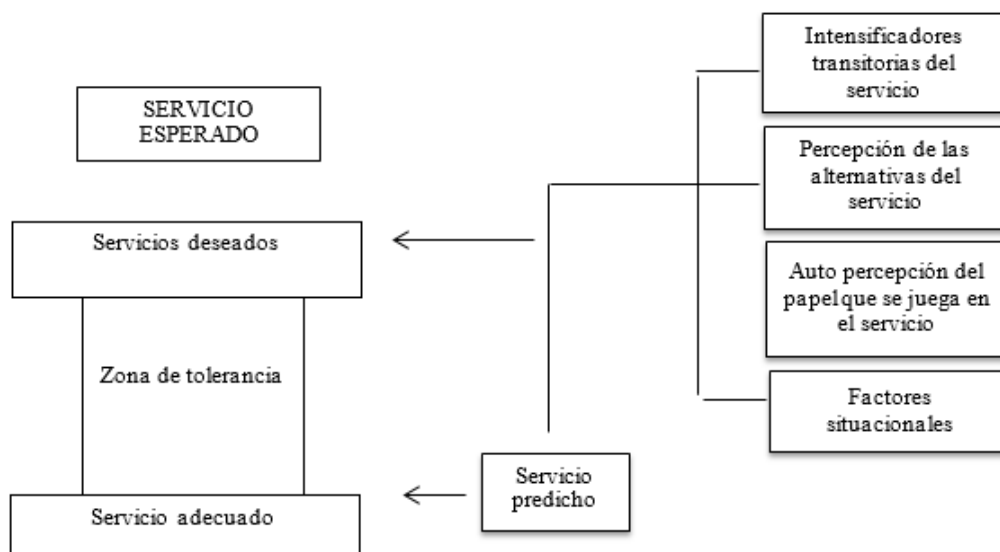


Figura 6 Fuentes de las expectativas del servicio deseado y de servicio predicho elaborado por Hoffman, Douglas y Bateson. (2002). Fundamentos de Marketing de servicios.

A) *Las promesas explícitas del servicio:* Son las afirmaciones personales o impersonales acerca del servicio que una organización hace a su cliente. Las afirmaciones son personales cuando las comunica los encargados de las reparaciones del servicio, mientras que son impersonales cuando provienen de la publicidad, folletos y otras publicaciones escritas. Las promesas explícitas del servicio representan una de las pocas influencias sobre las expectativas que el proveedor del servicio controla por completo. Prometer exactamente lo que en realidad se proporcionara pudiera parecer una forma apropiada y lógica de manejar las expectativas de los clientes y asegurar que la realidad sea congruente con la promesas. No obstante, las compañías y el personal que las representan a menudo exageran las promesas de modo deliberado para

obtener más negocios o quizás prometen de más sin proponérselos pues estiman que la prestación del servicio será mejor en el futuro. Las promesas explícitas del servicio influyen lo mismo en el nivel del servicio deseado que el de servicio predicho: dan forma a los deseos de los clientes en términos generales, así como a sus predicciones sobre lo que sucederá cuando establezcan el siguiente encuentro del servicio con un proveedor de servicio particular o durante un cierto encuentro de servicio.

*B) Las promesas implícitas del servicio:* Son las ideas que se relacionan con el servicio sin llegar a ser las promesas explícitas con base en las cuales se deduce lo que el servicio deber ser y será. Estas ideas o sugerencias sobre la calidad están dominadas por el precio y otros tangibles asociados con el servicio. En términos generales, mientras más alto sea los precios y más impresionantes los tangibles, los clientes esperaran más de ese servicio.

*C) La comunicación boca a boca:* Tiene a afectar de manera relevante los servicios que son difíciles de evaluar antes de su compra y de la experiencia directa de ellos, el peso particular de la comunicación de boca en boca radica en que se percibe como una fuente de información imparcial.

*D) La experiencia pasada:* Es la exposición previa de los clientes a un servicio cuya experiencia resulta significativa para el servicio particular, constituye otra fuerza que da forma a las predicciones y los deseos. Un servicio pertinente para la predicción, puede ser aquel que brinda la empresa particular ante la cual ya se tuvo una exposición anterior. En términos generales, las experiencias pasadas pueden incorporar las experiencias previas con marcas particulares, con el desempeño típico de la marca favorita, con la experiencia que se tuvo con la última marca que se compró o con la marca de mayor venta, así como con el promedio de desempeño de un grupo representativo de marcas que el cliente considera semejantes.

*E) Percepciones del cliente:* Esta sección está referida a la forma de cómo perciben los clientes el servicio, como valoran cuando han experimentado un servicio de calidad o si están satisfechos. Debido a que las expectativas son dinámicas, las evaluaciones pueden modificarse con el paso del tiempo, de una persona a otra y de una cultura a otra. Lo que se considera un servicio de calidad a las cosas que satisfacen a los clientes en la actualidad, mañana pueden ser diferentes. Los clientes perciben los servicios en términos generales de su calidad y del grado en que se sienten satisfecho con sus experiencias en general.

Actualmente las compañías reconocen que pueden competir con mayor eficiencia cuando se distingue a sí mismas por la calidad en el servicio que prestan y por el mejoramiento de la satisfacción del cliente.

### ***3.2.9 Expectativas del cliente de una universidad***

Tal como se dijo anteriormente, los clientes de una institución universitaria son los estudiantes, los profesores, los trabajadores administrativos y el público en general. Estas expectativas se refiere a los cuatros ejes estratégicos que aplica la universidad a todas sus escuelas profesionales: Enseñanza y Aprendizaje, Investigación, Proyección Social y Extensión Universitaria, Desarrollo Espiritual y Gestión Académica.

*3.2.9.1 Enseñanza y Aprendizaje:* Tiene la expectativa del cliente con la frecuencia con la naturaleza de la estructura curricular, con el desempeño didáctico de los docentes y con los aprendizajes que se logran. La estructura curricular es el resultado de la planificación curricular y que debe responder al perfil del profesional que se quiere formar. Tanto los estudiantes, los egresados así como los mismos docentes se guían de la estructura curricular, los primeros para estudiar y graduarse, en tanto que los docentes para enseñar. Una estructura curricular ambigua y anatómica no sirve como guía y, por tanto, origina desconciertos y descontentos.

El desempeño docente es el factor que más descontentos origina en los clientes que en este caso vienen a ser los alumnos. La calidad de la educación universitaria, como dice el Llanos, (2012) citado por Lazo (1997), explica que depende fundamentalmente de la calidad de sus docentes. Los docentes con deficiencia preparación que no saben enseñar producen descontento en el alumnado y desprestigia la universidad.

La razón de ser de la universidad es la formación profesional de los estudiantes. La formación profesional tiene que ver con los aprendizajes que se logran en cada semestre y en cada una de las materias que comprenden el plan de estudios. Los aprendizajes tienen que ver con la calidad de los docentes.

Cuando en una materia no se ha aprendido nada contribuya a la formación profesional habrá razones más que suficientes para los descontentos de la mayoría de los estudiantes. Este aspecto es el eje central de la calidad académica de la universidad, que según Llanos, (2012) citado por Lazo (1997), advierte que se descuida mucho en las universidades peruanas.

*3.2.9.2 Investigación:* Pichardo, García, De la Fuente, & Justicia, (2007) Mencionan la expectativa que tiene el cliente es que actualmente parece que la influencia de las expectativas del alumnado sobre el profesorado y el proceso de investigación va en aumento. Ello se deriva de las acciones que las universidades están realizando para establecer un sistema de evaluación de la calidad del servicio que ofrecen. Entre los aspectos evaluados se encuentra la labor docente y en ésta, una de las fuentes de información de más peso son los alumnos. Teniendo en cuenta esto, podemos decir que el profesorado está más condicionado por lo que el alumnado percibe de él y su actuación, y considera más las percepciones y expectativas.

El objetivo es involucrar a estudiantes y profesores a un análisis de este nuevo marco de estudio de las expectativas, y ofrecer los hallazgos de una gran parte de las investigaciones

internacionales y nacionales que se han realizado hasta el momento en este nuevo ámbito de estudio. Las expectativas de los estudiantes universitarios

Actualmente existe un creciente interés por las expectativas que el alumnado universitario posee, tanto al inicio como durante sus estudios. Los objetivos que las investigaciones en este campo persiguen pueden agruparse en dos tipos: aquellos que investigan las expectativas del alumnado con la intención de conocer qué esperan de la universidad en general, y aquellos que estudian las expectativas de los estudiantes sobre componentes específicos del proceso de investigación. Para comprender la influencia del modelo del sector comercial y de los negocios en el ámbito de la educación superior, es necesario señalar tres cambios fundamentales que han ocurrido:

La educación ha enfocado tradicionalmente sus estudios de dentro a fuera, en tanto que conocían desde el interior lo que el alumnado necesitaba y lo que esperaba de la educación. La influencia de los estudios en el sector comercial ha cambiado la dirección de la investigación de este campo hacia un interés de fuera a dentro, en el que las expectativas se toman (desde fuera) y se consideran para la mejora de la educación (Sander et al., 2000). La nueva perspectiva de estudio, influida por la filosofía universitaria de mejora de la calidad del servicio, confiere nuevos conceptos a los que tradicionalmente se han utilizado para designar a los agentes del proceso educativo (profesorado, alumnado). Según Fernández Rodríguez (2001) esta nueva filosofía utiliza términos Berbén, De la Fuente y Justicia: El estudio de las expectativas como gestor para identificar al profesorado como un organizador de las actuaciones. Mientras que para nombrar al alumnado existen discrepancias, otorgándole diferentes términos que se asocian a diferentes funciones: (a) consumidor o cliente, alumnado como usuario de un servicio en el que él no interviene (este papel puede asimilarse al que adopta el alumnado en la enseñanza

centrada en el profesorado); (b) producto, alumnado como materia prima que es manipulada según las necesidades del mercado laboral (similar al papel de una enseñanza centrada en el currículum), y (c) productor, alumnado como participante activo y responsable de su aprendizaje que es el producto (papel similar al que toma la enseñanza centrada en el alumno). En definitiva, los términos que más se ajustan a la postura de este trabajo son: el papel de gestor para el profesorado y de productor para el alumnado. Por tanto, ambos son copartícipes del proceso de aprendizaje. Para poder desarrollar esta nueva concepción, el alumnado debe tener los medios adecuados y ser capaces de utilizarlos para manifestar al profesorado las modificaciones o correcciones que considere oportunas. De ahí la importancia de las percepciones, expectativas y opiniones del alumnado durante todo proceso de investigación.

*3.2.9.3 Proyección Social y Extensión Universitaria:* Tiene la expectativa del cliente, cuya función es implementar políticas, asesorar y orientar la ejecución de proyectos y programas de desarrollo en las diversas comunidades a través de las E.A.P en las cinco facultades de la UPeU; en esta acción se involucran docentes, estudiantes y personal administrativo. Cuya finalidad es la de promover el Desarrollo Sostenible y la calidad de vida de las familias y comunidades. El eje de Extensión Universitaria y Proyección Social, es por la cual la Universidad Peruana Unión: Establece relaciones cordiales con las comunidades, instituciones públicas, privadas y organizaciones sociales a fin de realizar alianzas estratégicas de cooperación, asistencia técnica e intervención para el desarrollo de la sociedad. Desarrolla acciones de extensión universitaria y proyección social a favor de la sociedad; diagnosticando, planificando, ejecutando y evaluando los resultados y el impacto de los mismos con la participación de los grupos de interés de la comunidad, estudiantes, docentes y personal administrativo de las diferentes unidades

académicas de la universidad. Sistematiza, socializa y difunde la experiencia de las acciones de extensión universitaria y proyección social.

*3.2.9.4 Desarrollo Espiritual:* La expectativa del clientes es el propósito fundamental de este de este plan es el de promover y nutrir la vida espiritual de los estudiantes, a través de las diversas interacciones que se producen en la universidad. Consideramos que la vida espiritual sólida es buscar “primero el Reino de Dios y su justicia, y todo lo demás será añadido”. Entendemos que la espiritualidad es un asunto individual, pero nuestra Universidad no puede eludir la sagrada responsabilidad educativa en su desarrollo.

*3.2.9.5 Gestión Académica:* La expectativa tiene que ver con los trámites de los documentos, con el tipo de atención que se brinda y con la administración de personal. Los clientes que en este caso vienen a ser los estudiantes, los egresados y los mismos trabajadores de la universidad realizan una serie de trámites que esperan sean ágiles y efectivos. Por otro lado, esperan que el tipo de atención sea cordial y amable.

Cuando el tipo de servicio no es conforme a las expectativas del cliente, se producirá el descontento y, por tanto, la insatisfacción. El otro aspecto del área administrativa es administración de personal. Esto tiene que ver con la asistencia, puntualidad y cumplimiento de sus funciones y deberes ante los clientes de parte de los trabajadores administrativos y de los docentes.

Las colas que se forman para ser atendido, la negligencia y maltrato con que se atiende al cliente así como las inasistencias son factores que originan quejas y cuestionamientos en contra de la institución y que generan descontentos de los clientes.

### ***3.2.10 El servicio es el valor agregado al producto.***

El servicio es la utilidad en sí misma que a veces necesita presentarse a través de bienes tangibles, o a través de la comunicación, entre el prestador del servicio y el cliente. El servicio está inherente en todos los procesos de intercambio y por lo tanto es el elemento central de la transferencia, y se puede presentar en dos formas: en servicio en sí mismo; y la otra mixta, que se significa servicio añadido en un producto. En la actualidad, la búsqueda de la calidad en los servicios representa una de las principales tendencias en el sector de la distribución y es precisamente esta calidad lo que distingue a las empresas con éxito de aquellas que permanecen en la media. La calidad del servicio es la base de la supervivencia de una empresa que le permite diferenciarse de la competencia.

Cerezo (1996), señala que el concepto de calidad de un servicio, tiene que ser definido basándose en la evaluación realizada por el consumidor, y explica que existen tres modelos que proponen que la calidad que se percibe de un servicio es el resultado de una comparación entre las expectativas del cliente y las cualidades del servicio. El modelo de Sasser, citado por Cerezo (1996), se basa en la “hipótesis de que el consumidor traduzca sus perspectivas en atributos ligados tanto al servicio base, el porqué de la existencia de la empresa como a los servicios periféricos”. Para evaluar la calidad del servicio, el cliente puede optar de los siguientes planteamientos:

Seleccionar un único atributo de referencia, el que para el consumidor tenga un peso específico mayor que el resto de atributos del servicio.

Seleccionar un único atributo determinante con la condición de que el resto de atributos alcancen un mínimo de satisfacción.

Considerar el conjunto de atributos según un modelo compensatorio, es decir; que el consumidor aceptará tener menor cantidad de un/os atributo/s a cambio de una mayor cantidad de otros atributos.

El modelo de Grönross, Cerezo (1996), propone tres factores que determinan la calidad de un servicio:

La calidad técnica, que puede ser objeto de un enfoque objetivo del consumidor. Su apreciación se basa sobre las características inherentes al servicio, horario de apertura, rapidez del paso por caja, gran surtido.

La calidad funcional, también conocida como calidad relacional, que resulta de la forma en que el servicio es prestado por el cliente, por ejemplo; aspecto o comportamiento de las cajeras en las grandes superficies.

La imagen de la empresa que percibe el cliente, basada en sus anteriores experiencias, es resultante de los anteriores factores y “sugiere que la calidad funcional es más determinante que la calidad técnica y que el encuentro entre el prestatario del servicio y el cliente constituye el fundamento de la calidad”.

## CAPÍTULO III

### MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3. Tipo de estudio

La presente investigación es de tipo básica de enfoque cuantitativo. Corresponde a este tipo porque los resultados de la investigación servirán de ampliación de los conocimientos acerca de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente (variables de estudio). Estas variables serán medidas a través de instrumentos validados por el investigador fundamentado sus resultados a través de los análisis estadísticos y la comprobación de la hipótesis plantada.

#### 3.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental, transversal de tipo descriptivo correlacional. A continuación se presenta el diseño planteado:

X ————— Y

Donde:

Y = calidad del servicio

X = satisfacción del cliente

#### 3.2. Población y muestra

El presente estudio se desarrollará en la E.A.P de Administración de la Universidad Peruana Unión, ubicada en el distrito de Lurigancho-Chosica de la ciudad de Lima durante el año 2014.

La población de la investigación considera a los clientes de la E.A.P de Administración de la Universidad Peruana Unión constituido por todos alumnos matriculados de primer año a quinto

del periodo 2014-II, siendo un total 352 alumnos matriculados según fichas de matrícula (DIGESI, 2014-II). Ver tabla 1.

*Tabla 1*  
*Reporte de matrícula de los estudiantes de la E.A.P de Administración del periodo 2014 – II – DIGESI*

<b>Ficha de matrícula de alumnos de la E.A.P de Administración 2014 - II</b>				
<b>1° Año</b>	<b>2° Año</b>	<b>3° año</b>	<b>4° Año</b>	<b>5° Año</b>
<b>80 Alumnos</b>	<b>89 alumnos</b>	<b>81 alumnos</b>	<b>71 alumnos</b>	<b>31 alumnos</b>
<b>Total</b>				<b>352 alumnos</b>

Para determinar el tamaño de muestra en la investigación se utilizó la fórmula de la muestra para poblaciones finitas, teniendo en cuenta que el tipo de muestreo fue probabilístico estratificado. Probabilístico porque todos los estudiantes tienen la posibilidad de poder participar y estratificado porque la población está determinada por estratos. La cantidad de estudiantes a evaluar serán destinados y distribuidos mediante la fórmula que a continuación se presenta.

$$n = \left( \frac{N Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1)e^2 + Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot p \cdot q} \right) = 192$$

Donde:

Confianza	1- $\alpha$	0.975
Distribución normal inversa	z = z (1- $\alpha$ /2)	1,96
Tamaño de población	N	352
Proporción de la población que presenta la característica	p	0.50

Proporción de la población que no presenta la característica      q                      0.50

Error de estimación                      e                      0.05

### **Determinando y reemplazando el tamaño de la muestra.**

Se tiene una muestra de 192 estudiantes, distribuidos de la siguiente forma (ver tabla 2).

*Tabla 2*  
*Distribución de los estudiantes de la EAP de Administración.*

<b>N</b>	<b>Estratos</b>	<b>Factores</b>	<b>n</b>
1°	80	22,73%	52
2°	89	25,28%	59
3°	81	23,01%	24
4°	71	20,17%	34
5°	31	8,81%	23
<b>Total</b>	<b>352</b>	<b>100,00%</b>	<b>192</b>

### **3.3. Recolección de datos y procesamiento**

La técnica a utilizar en la presente investigación es la encuesta, técnica de uso frecuente en la investigación, en esta oportunidad se utilizará como instrumento el cuestionario de percepción de calidad considerando las áreas que establece el Plan Estratégico de la unidad académica y el cuestionario de satisfacción respecto a los aspectos académicos relacionados con la Enseñanza-Aprendizaje.

### **3.4. Instrumentos utilizados**

Para la presente investigación, se considerará la elaboración de dos cuestionarios como instrumentos de medida del nivel de calidad de servicio que brinda la EAP de Administración y el nivel de satisfacción del estudiante referente al servicio recibido.

El cuestionario de percepción del nivel de calidad del servicio cuenta con ocho dimensiones: Competencia del cuerpo docente, Organización de la enseñanza de la carrera, Comunicación y Clima Organizacional, Actitud y Comportamiento del cuerpo docente, Instalaciones y Equipamiento, Evaluaciones, Asignaturas Optativas, Efectividad en el proceso administrativo.

: Enseñanza – Aprendizaje, Investigación, Proyección social y Extensión universitaria, Plan Maestro de Desarrollo Espiritual, Gestión Académica.

### **3.5. Medición de las variables estudiadas**

Para el procesamiento del nivel de medición de las variables Se utilizó el análisis estadístico descriptivo, medido a través de tablas de frecuencia, además el análisis estadístico inferencial no paramétrico Chi- Cuadrado ( $\chi^2$ ) utilizando el 95% de confianza y 5% de error. Para el análisis de los datos se hará uso del software estadístico SPSS, versión 21.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 4. Análisis descriptivo de la población

Tabla 1  
*Edad de los estudiantes de la E.A.P de Administración*

Edad	Frecuencia	%
16	1	,5
17	39	20,3
18	30	15,6
19	44	22,9
20	41	21,4
21	27	14,1
22	3	1,6
23	3	1,6
25	2	1,0
27	1	,5
28	1	,5
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Los resultados mostrados en la tabla 1 declara que los estudiantes de la E.A.P de Administración tienen edades de 17 hasta 21 años en un 94,3% por otro lado el 0,5% de los mismos tienen 16 años y el 5,2% tienen edades entre 22 hasta 28 años

Tabla 2  
*Genero de los estudiantes de la E.A.P de Administración*

<b>Genero</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Femenino	104	54,2
Masculino	88	45,8
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Por otro lado el 54,2% de los estudiantes de la EAP de la de Administración son de género femenino y el 45,8% son de género masculino.

Tabla 3  
*Ciclo de Estudios de los estudiantes de la E.A.P de Administración*

<b>Ciclo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
II Ciclo	52	27,1
IV Ciclo	59	30,7
VI Ciclo	24	12,5
VIII Ciclo	34	17,7
X Ciclo	23	12,0
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Por otros lado la mayoría de estudiantes encuestados se encuentran en el IV ciclo con una participación de 30,7% seguidamente el ciclo con menos participación son los estudiantes del X ciclo con un 12,0 % de la E.A.P administración.

Tabla 4  
*Religión de los estudiantes de la E.A.P de Administración*

<b>Religión</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Adventista	142	74,0
Católico	42	21,9
Evangélico	5	2,6
Otros	3	1,6
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

La tabla 4 nos muestra que la E.A.P de administración tiene un 74,0% de estudiantes adventista, seguidamente por 21,9% estudiantes católicos.

Tabla 5  
*Lugar de Procedencia de los estudiantes de la E.A.P de administración*

<b>Lugar de Procedencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Costa	105	54,7
Sierra	59	30,7
Selva	28	14,6
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

La tabla 5, nos indica que la E.A.P de administración tiene más estudiantes de la región de la costa con un 54,7 % de estudiantes, teniendo una mínima partición de estudiantes de la región de la selva con un 14,6 % de estudiantes.

Tabla 6  
*Nivel Socio Económico de los estudiantes de la E.A.P de Administración*

<b>N.S. Económico</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Alto	5	2,6
Medio	160	83,3
Bajo	27	14,1
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Tabla 6 muestra que el nivel socio económico de la E.A.P administración con respecto a sus estudiantes es de un nivel medio con el 83,3%, seguidamente con un mínimo indicador del 2,6% que representa a estudiante de un nivel socio económico de nivel alto.

Tabla 7  
*Grado de Satisfacción de los estudiantes en Enseñanza y Aprendizaje de la E.A.P de Administración*

<b>Enseñanza y Aprendizaje</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Muy insatisfecho	1	,5
Insatisfecho	3	1,6
Neutro	69	35,9
Satisfecho	102	53,1
Muy satisfecho	17	8,9
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

El grado de satisfacción de los estudiantes de la E.A.P de Administración respecto a la Enseñanza-Aprendizajes la tabla 7 muestra que el 62,0% está satisfecho y muy satisfecho, por otro lado el 35,9% de los mismos evidencia una neutralidad y el 2,1% manifiesta estar insatisfechos en cuanto al área de enseñanza-Aprendizaje. Los resultados evidencian que los estudiantes tienen altos índice de satisfacción en el área, demostrando que los procesos

relacionados a la enseñanza – aprendizaje son desarrollados con un alto nivel de calidad, la exigencia de los docentes son buenos, la calidad de los docentes excelente, la metodología, los recursos y los planes de estudio adecuados.

Tabla 8  
*Grado de Satisfacción de los estudiantes en Investigación de la E.A.P de Administración*

<b>Investigación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Muy insatisfecho	3	1,6
Insatisfecho	14	7,3
Neutro	70	36,5
Satisfecho	92	47,9
Muy satisfecho	13	6,8
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

El grado de satisfacción de los estudiantes de la E.A.P de administración respecto a la investigación la tabla 8 indica que existe un 54,7 % de sus estudiantes que están satisfechos y muy satisfechos con los procesos, apoyo, participación y el nivel de exigencia de los docentes, teniendo por otro lado un 36,5 % de los mismo evidencia de neutralidad y el 8,9 % manifiesta estar muy insatisfechos e insatisfechos. Indicando que lo estudiantes tienen un alto grado de satisfacción en el área de investigación.

Tabla 9  
*Grado de Satisfacción de los estudiantes en Proyección Social y Extensión Universitaria de la E.A.P de Administración*

<b>P. Social y E. Universitaria</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Insatisfecho	5	2,6
Neutro	47	24,5
Satisfecho	112	58,3
Muy satisfecho	28	14,6
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

El grado de satisfacción de los estudiantes de la E.A.P de administración respecto a proyección social y extensión universitaria, la tabla 9 enseña un alto porcentaje de estudiantes satisfechos y muy satisfechos con un 72,9 % así mismo demuestra que el 24,5% es de una neutralidad de los alumnos, teniendo una participación mínima del 2,6 % de estudiantes insatisfecho. Resultados que revelan que los estudiantes tienen un alto grado de satisfacción en proyección social y extensión universitaria con la percepción favorable de la sociedad, proyectos, participación de los docentes e administradores y con su escuela que enfoca proyectos para la sociedad.

Tabla 10  
*Grado de Satisfacción de los estudiantes en Desarrollo Espiritual de la E.A.P de Administración*

<b>Desarrollo Espiritual</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Muy insatisfecho	3	1,6
Insatisfecho	6	3,1
Neutro	37	19,3
Satisfecho	100	52,1
Muy satisfecho	46	24,0
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

El grado de satisfacción de los estudiantes de la E.A.P de administración respecto al desarrollo espiritual revela que un 76,1 % de los estudiantes están satisfechos y muy satisfechos, seguido por un 19,3 % que tienen una neutralidad, y el 4,7 % de estudiantes que están insatisfechos y muy insatisfecho. Resultados que evidencian de los estudiantes de la escuela de administración tienen un alto grado de satisfacción con práctica del desarrollo espiritual que la escuela enfoca como práctica de valores, consejería espiritual, participación de escuela sabáticas y de las semanas de oración.

Tabla 11  
*Grado de Satisfacción de los estudiantes en Gestión Académica de la E.A.P de Administración*

<b>Gestión Académica</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Muy insatisfecho	7	3,6
Insatisfecho	10	5,2
Neutro	64	33,3
Satisfecho	91	47,4
Muy satisfecho	20	10,4
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

El grado de satisfacción de los estudiantes de la E.A.P de administración respecto a la gestión académica muestra de los estudiantes están satisfecho y muy satisfecho con una participación del 57,8 %, con un indicador de neutralidad del 33,3 %, encontrándonos con un dice del 8,8 % de estudiantes insatisfecho y muy insatisfecho. Resultado que indica que el grado de satisfacción que tiene la escuela en el trato, horarios de atención, comodidad e información académica y administrativa.

Tabla 12

*Nivel de Satisfacción de los estudiantes de la E.A.P de Administración*

<b>Nivel de Satisfacción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Bajo	5	2,6
Medio	46	24,0
Alto	121	63,0
Muy Alto	20	10,4
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Respecto al nivel de satisfacción que manifestaron los estudiantes de la E.A.P de administración la tabla 12 evidencia un alto nivel de satisfacción en un 73,8%, por otro lado los estudiantes manifestaron un nivel medio de satisfacción en un 24,0% y solo el 2,6% de los mismos presentaron bajos niveles de satisfacción. Los resultados indican que los estudiantes tienen una percepción alta de satisfacción en todos sus ejes estratégicos como enseñanza – aprendizaje, investigación, proyección social y extensión universitaria, desarrollo espiritual y gestión académica.

Tabla 13

*Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de competencia del cuerpo docente.*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Malo	8	4,2
Regular	46	24,0
Bueno	114	59,4
Excelente	24	12,5
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Respecto a la percepción de los estudiantes sobre la calidad de la competencia de los docentes el 71,9% manifestaron un nivel excelente de calidad resultado significativo para el estudio, por otro lado el 24,0% del mismo percibieron un nivel de calidad regular y solo el 4,2% de los estudiantes presentan una percepción mala del cuerpo docente (ver tabla 13).

Tabla 14

*Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la organización de la carrera.*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Malo	6	3,1
Regular	51	26,6
Bueno	117	60,9
Excelente	18	9,4
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Respecto a la percepción de los estudiantes sobre la calidad de la organización de la carrera los indicadores muestran que el 74,3 % de los estudiantes encuestados revelaron que hay un nivel de calidad, seguido del 26,6% de un nivel regular y 3,1% de un nivel malo. Resultados que manifiestan que en la organización de la carrera hay una percepción de calidad excelente. (Tabla 14)

Tabla 15

*Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de Comunicación y clima organizacional.*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Deficiente	1	,5
Malo	13	6,8
Regular	47	24,5
Bueno	103	53,6
Excelente	28	14,6
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Respecto a la percepción de los estudiantes sobre la calidad de la comunicación y clima organizacional muestra que el 68,2 % hace referencia que existe una buena percepción de los encuestados, por otro lado el 24,5% indica una situación regular, y el 7,3 % una participación mala. Resultado que resuelve que los estudiantes tienen una percepción de calidad buena sobre la comunicación y el clima organizacional. (Tabla 15)

Tabla 16

*Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de la Actitud y comportamiento del cuerpo docente*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Malo	10	5,2
Regular	45	23,4
Bueno	112	58,3
Excelente	25	13,0
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Respecto a la percepción de los estudiantes sobre la calidad de la actitud y comportamiento del cuerpo docente resuelve que el 71,3 de los estudiantes califican que su cuerpo docente tiene buena actitud y comportamiento, seguido de un 23,4 % de un modo regular y el 5,2 % indicando

una situación negativa. Efecto que nos lleva a que los estudiantes tienen una percepción de una excelente calidad respecto al comportamiento del cuerpo docente. (Tabla 16)

Tabla 17

*Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de las Instalaciones y equipamiento*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Deficiente	5	2,6
Malo	13	6,8
Regular	62	32,3
Bueno	89	46,4
Excelente	23	12,0
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Respecto a la percepción de los estudiantes sobre la calidad de las instalaciones y equipamiento muestra una excelente calidad con el 58,4% de sus estudiantes sobre las instalaciones y equipamientos, un 32,3% índice regular y el 9,4% de estudiantes que tienen una percepción mala. Resultados que exponen de los estudiantes una percepción buena de los mismos respecto a las instalaciones y equipamiento. (Tabla 17)

Tabla 18

*Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de las evaluaciones*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Deficiente	7	3,6

Malo	8	4,2
Regular	61	31,8
Bueno	102	53,1
Excelente	14	7,3
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Respecto a la percepción de los estudiantes sobre la calidad de las evaluaciones muestra que la metodología que sus docentes utilizadas sobre las valoraciones es del 60,4% por otro lado el 31,8% lo califican como regular, el 7,8% como mala. Resultado que permiten expresar que los estudiantes tienen una percepción positiva sobre la calidad de las evaluaciones. (Tabla 18)

Tabla 19

*Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de las Asignaturas optativas*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Deficiente	6	3,1
Malo	9	4,7
Regular	62	32,3
Bueno	93	48,4
Excelente	22	11,5
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Respecto a la percepción de los estudiantes sobre la calidad de las asignaturas optativas resuelve que 59,9% tiene una actitud positiva, el 32,3% regular y el 7,8% de mala. Resultado e indicadores que los estudiantes tienen una percepción de calidad buena sobre las asignaturas optativas. (Tabla 19)

Tabla 20

*Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad de la efectividad de los procesos administrativos*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Deficiente	9	4,7
Malo	27	14,1
Regular	62	32,3
Bueno	72	37,5
Excelente	22	11,5
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Respecto a la percepción de los estudiantes sobre la calidad de los procesos administrativo muestra que los estudiantes perciben una buena calidad con el 49%, seguido de un 32,3% de situación regular y el 18,8% de una calificación mala. Resultados que expresan que los estudiantes tienen una percepción de una calidad buena sobre los procesos administrativos que su escuela de administración les brinda. (Tabla 20)

Tabla 21

*Percepción de los estudiantes de la A.E.P. de administración sobre la calidad*

<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Malo	5	2,6
Regular	44	22,9
Bueno	118	61,5
Excelente	25	13,0
<b>Total</b>	<b>192</b>	<b>100,0</b>

Respecto a la percepción de los estudiantes sobre el nivel de la calidad muestra que 74,5% es de excelente, indicando que el 22,9% es de una calificación regular y el 2,6% de malo.

Resultados que indican que los estudiantes de la escuela de administración tienen un nivel de percepción excelente. (Tabla 21).

#### 4.1. Análisis comparativo mediante la prueba estadística específica

##### 4.1.1 Análisis Comparativo

Tabla 22

*Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes en Enseñanza- Aprendizaje*

Nivel	Hombre		Mujer	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Muy insatisfecho	1	1.1	0.0	0.0
Insatisfecho	3	3.4	0.0	0.0
Neutro	27	30.7	42	40.4
Satisfecho	49	55.7	53	51.0
Muy satisfecho	8	9.1	9	8.7
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100.0</b>	<b>104</b>	<b>100.0</b>

La tabla de comparación de nivel de satisfacción sobre enseñanza – aprendizaje muestra que los estudiantes varones tienen un 64,8% de satisfacción, seguido por un 59.7% de estudiantes mujeres. Resultados que indica que son los varones están más satisfechos que las mujeres con respecto a la enseñanza – aprendizaje.

Tabla 23

*Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes en Investigación*

Nivel	Hombre	Mujer
-------	--------	-------

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Muy insatisfecho	3	3.4	0.0	0.0
Insatisfecho	4	4.5	10.0	9.6
Neutro	31	35.2	39	37.5
Satisfecho	44	50.0	48	46.2
Muy satisfecho	6	6.8	7	6.7
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100.0</b>	<b>104</b>	<b>100.0</b>

La tabla de comparación de nivel de satisfacción sobre investigación indica que los más satisfechos son los varones con el 56,8% seguido por un 52,9% de las mujeres. Resultado que percibe que los varones tienen mayor satisfacción en la enseñanza de investigación de los decentes.

Tabla 24

*Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes en Proyección Social y Extensión Universitaria*

Nivel	<b>Hombre</b>		<b>Mujer</b>	
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Muy insatisfecho	0.0	0.0	0.0	0.0
Insatisfecho	3.0	3.4	2.0	1.9
Neutro	21.0	23.9	26.0	25.0
Satisfecho	55.0	62.5	57.0	54.8
Muy satisfecho	9.0	10.2	19.0	18.3
<b>Total</b>	<b>88.0</b>	<b>100.0</b>	<b>104.0</b>	<b>100.0</b>

La tabla de comparación de nivel de satisfacción sobre proyección social y extensión universitaria muestra una percepción excelente por parte de las estudiantes mujeres con el

73,1% seguidamente por un 72,7% correspondiente a los varones. Resultado que indica que son los estudiantes varones están satisfechos con las proyecciones sociales y extensión universitaria.

Tabla 25

*Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes en Desarrollo Espiritual*

Nivel	Hombre		Mujer	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Muy insatisfecho	2.0	2.3	1.0	1.0
Insatisfecho	5.0	5.7	1.0	1.0
Neutro	20.0	22.7	17.0	16.3
Satisfecho	42.0	47.7	58.0	55.8
Muy satisfecho	19.0	21.6	27.0	26.0
<b>Total</b>	<b>88.0</b>	<b>100.0</b>	<b>104.0</b>	<b>100.0</b>

La tabla de comparación de nivel de satisfacción sobre desarrollo espiritual nos indica que el género con más satisfacción de aceptación son las estudiantes mujeres con el 81.8% seguido por un 69,3% que corresponde a los varones. Resultados que expresa que la parte espiritual dentro de la escuela de administración es de satisfacción de las estudiantes mujeres.

Tabla 26

*Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes en Gestión Académica*

Nivel	Hombre		Mujer	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Muy insatisfecho	4.0	4.5	3.0	2.9
Insatisfecho	6.0	6.8	4.0	3.8
Neutro	23.0	26.1	41.0	39.4
Satisfecho	45.0	51.1	46.0	44.2
Muy satisfecho	10.0	11.4	10.0	9.6
<b>Total</b>	<b>88.0</b>	<b>100.0</b>	<b>104.0</b>	<b>100.0</b>

La tabla de comparación del nivel de satisfacción sobre la gestión académica muestra que los más satisfechos con el 62,5% son los estudiantes varones, por otro lado el 53,8% corresponde a las mujeres. Resultados que nos indican una excelente percepción de los estudiantes sobre la gestión académica que reciben por parte de la escuela de administración.

Tabla 27  
*Comparación del nivel de satisfacción*

Nivel	Hombre		Mujer	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Muy insatisfecho	0.0	0.0	0.0	0.0
Insatisfecho	4.0	4.5	1.0	1.0
Neutro	20.0	22.7	26.0	25.0
Satisfecho	54.0	61.4	67.0	64.4
Muy satisfecho	10.0	11.4	10.0	9.6
<b>Total</b>	<b>88.0</b>	<b>100.0</b>	<b>104.0</b>	<b>100.0</b>

La tabla de comparación de nivel de satisfacción de los estudiantes de la escuela de administración muestra que los más satisfechos son mujeres con el 74.00% seguido de los

varones con el 72,8%, indicadores que expresan por parte de los dos géneros la percepción de satisfacción excelente de los estudiantes.

Tabla 28

*Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes por ciclo*

Nivel	II		IV		VI		VIII		X	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Muy insatisfecho	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Insatisfecho	0	0.0	2	3.4	1	4.2	2	5.9	0	0.0
Neutro	9	17.3	11	18.6	5	20.8	14	41.2	7	30.4
Satisfecho	34	65.4	37	62.7	18	75.0	18	52.9	14	60.9
Muy satisfecho	9	17.3	9	15.3	0	0.0	0	0.0	2	8.7
<b>Total</b>	52	100.0	59	100.0	24	100.0	34	100.0	23	100.0

La tabla de comparación de nivel de satisfacción de los estudiantes por ciclo muestra que los estudiantes con más percepción de satisfacción de la escuela de administración con el 82,7% son del II ciclo, seguido con un 78,00% por los del IV ciclo, por otro lado se muestra un 52,9% del VIII ciclo con declinación. Resultado que muestran que el nivel de satisfacción por ciclo esta de percepción muy buena y aceptada.

Tabla 29

*Comparación del nivel de satisfacción de los estudiantes por religión*

Nivel	Adventista		Católico		Evangélico		Otros	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Muy insatisfecho	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Insatisfecho	4	2.8	1	2.4	0	0.0	0	0.0
Neutro	31	21.8	14	33.3	0	0.0	1	33.3
Satisfecho	94	66.2	22	52.4	4	80.0	1	33.3
Muy satisfecho	13	9.2	5	11.9	1	20.0	1	33.3
<b>Total</b>	<b>142</b>	<b>100.0</b>	<b>42</b>	<b>100.0</b>	<b>5</b>	<b>100.0</b>	<b>3</b>	<b>100.0</b>

La tabla de comparación de nivel de satisfacción de los estudiantes por religión no indica que los estudiantes con más satisfacción son de religión adventista con un 75,4% seguido por un 64,3% de estudiantes de religión católica. Resultado que muestra que los dos grupos más representativos en la escuela de administración esta satisfechos con la gestión académica recibida.

Tabla 30

Comparación del nivel de calidad sobre la competencia del cuerpo docente

Nivel	Hombre		Mujer	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Deficiente	0	0.0	0.0	0.0
Malo	5	5.7	3.0	2.9
Regular	20	22.7	26.0	25.0
Bueno	49	55.7	65.0	62.5
Excelente	14	15.9	10.0	9.6
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100.0</b>	<b>104.0</b>	<b>100.0</b>

La comparación del nivel de satisfacción sobre la competencia del cuerpo docente expresa que los estudiantes con más aceptación son las mujeres con el 72.1% correspondiente a la competencia del cuerpo docente.

Tabla 31

Comparación del nivel de calidad sobre la organización de la carrera

Nivel	Hombre		Mujer	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Deficiente	0	0.0	0.0	0.0
Malo	3	3.4	3.0	2.9
Regular	23	26.1	28.0	26.9
Bueno	53	60.2	64.0	61.5
Excelente	9	10.2	9.0	8.7
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100.0</b>	<b>104.0</b>	<b>100.0</b>

Comparación del nivel de calidad sobre la organización de la carrera muestra que el 70,4% correspondiente a los estudiantes varones tienen o califican de calidad a la organización de la carrera de la escuela de administración.

Tabla 32

*Comparación del nivel de calidad sobre la comunicación y clima organizacional*

Nivel	Hombre		Mujer	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Deficiente	0	0.0	1	1.0
Malo	7	8.0	6	5.8
Regular	25	28.4	22	21.2
Bueno	40	45.5	63	60.6
Excelente	16	18.2	12	11.5
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100.0</b>	<b>104</b>	<b>100.0</b>

Comparación del nivel de calidad sobre la comunicación y el clima organizacional, indica que 72,1% son de estudiantes mujeres expresando una buena calidad y aceptación respecto a la comunicación y el clima organizacional que la escuela de administración trasmite a los estudiantes.

Tabla 33

*Comparación del nivel de calidad sobre la actitud y comportamiento del cuerpo docente*

Nivel	Hombre		Mujer	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Deficiente	0	0.0	0.0	0.0
Malo	5	5.7	5.0	4.8
Regular	22	25.0	23.0	22.1
Bueno	46	52.3	66.0	63.5
Excelente	15	17.0	10.0	9.6
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100.0</b>	<b>104.0</b>	<b>100.0</b>

Comparación del nivel de calidad sobre la actitud y comportamiento del cuerpo docente, resultado que muestra que el 73,1% es de las estudiantes mujeres a los docentes, expresando que la calidad respecto al indicador es bueno.

Tabla 34

*Comparación del nivel de calidad sobre instalaciones y equipamientos*

Nivel	Hombre		Mujer	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Deficiente	1	1.1	4	3.8
Malo	7	8.0	6	5.8
Regular	28	31.8	34	32.7
Bueno	39	44.3	50	48.1
Excelente	13	14.8	10	9.6
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100.0</b>	<b>104</b>	<b>100.0</b>

Comparación del nivel de calidad sobre instalaciones y equipamiento mencionan con el 57,7% de las estudiantes mujeres la buena calidad respecto a las instalaciones y equipamientos que brinda la escuela de administración.

*Tabla 35*  
*Comparación del nivel de calidad sobre la evaluación*

Nivel	Hombre		Mujer	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Deficiente	4	4.5	3	2.9
Malo	2	2.3	6	5.8
Regular	28	31.8	33	31.7
Bueno	45	51.1	57	54.8
Excelente	9	10.2	5	4.8
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100.0</b>	<b>104</b>	<b>100.0</b>

Comparación del nivel de calidad sobre la evoluciones expresa que el 61,3% es por parte de los estudiantes varones, resultado que indica que el proceso de evaluación que utiliza la escuela de administración es de muy buena calidad.

Tabla 36

*Comparación del nivel de calidad sobre la efectividad en los procesos administrativos*

Nivel	Hombre		Mujer	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Deficiente	3	3.4	6	5.8
Malo	12	13.6	15	14.4
Regular	22	25.0	40	38.5
Bueno	38	43.2	34	32.7
Excelente	13	14.8	9	8.7
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100.0</b>	<b>104</b>	<b>100.0</b>

Comparación del nivel de calidad sobre la efectividad en los procesos administrativos expresa que un 41,4% es de aprobación de las estudiantes mujeres respecto a los procesos administrativos que la escuela de administración brinda a sus clientes y estudiantes.

Tabla 37

Comparación del nivel de calidad de los estudiantes por ciclo

Nivel	II		IV		VI		VIII		X	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Muy insatisfecho	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Insatisfecho	0	0.0	2	3.4	1	4.2	2	5.9	0	0.0
Neutro	9	17.3	11	18.6	5	20.8	14	41.2	7	30.4
Satisfecho	34	65.4	37	62.7	18	75.0	18	52.9	14	60.9
Muy satisfecho	9	17.3	9	15.3	0	0.0	0	0.0	2	8.7
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>	<b>59</b>	<b>100.0</b>	<b>24</b>	<b>100.0</b>	<b>34</b>	<b>100.0</b>	<b>23</b>	<b>100.0</b>

Comparación del nivel calidad de los estudiantes por ciclo, muestra que el 78,00% correspondiente al IV ciclo dan de buena calidad todo la gestión académica, por otro lado se observa una baja percepción de los ciclos más avanzados de la escuela de administración, el VI ciclo con el 75,00%, VIII ciclo con el 52,9% y el X ciclo con 69,6%, resultados de buena percepción por el II y IV ciclo pero de baja por los demás ciclos respecto a la calidad de la gestión académica de brinda la escuela.



## 4.2. Análisis mediante la prueba estadística específica

### 4.2.1 Prueba de hipótesis de la $\chi^2$ entre la calidad de servicio percibido y la satisfacción del cliente en la Enseñanza-Aprendizaje de la EAP de Administración 2014

#### Suposiciones:

Las diferencias observadas constituyen una muestra aleatoria con una población y una distribución que no presenta normalidad de datos, por lo que es necesario la utilización del análisis estadístico no paramétrico.

#### Hipótesis:

H<sub>0</sub>1: la calidad de servicio percibido no se relaciona con la satisfacción del cliente en la Enseñanza-Aprendizaje de la EAP de Administración 2014.

H<sub>a</sub>1: la calidad de servicio percibido se relaciona con la satisfacción del cliente en la Enseñanza-Aprendizaje de la EAP de Administración 2014.

#### Nivel de error Tipo I:

El nivel de significancia será  $\alpha = 0.05$  y por correspondiente el nivel de confianza es del 95%

#### Estadístico de prueba

El estadístico para este caso es:

$$\chi^2 = \sum_i^m \frac{(n_i - e_i)^2}{e_i}$$

Que corresponde a una  $\chi^2_{g;1-\alpha}$ . Para un nivel de significación  $\alpha$  es posible encontrar el valor crítico tal que el intervalo  $\mathbf{X}_{cal}^2 < \mathbf{X}_{tab(g;1-\alpha)}^2$  defina la región de aceptación, y  $\mathbf{X}_{cal}^2 \geq \mathbf{X}_{tab(g;1-\alpha)}^2$  la rama que define la región crítica; donde los grados de libertad son:

$$\mathbf{g} = (\text{filas} - 1) \times (\text{columnas} - 1) = 12$$

#### Distribución de la estadística de prueba:

Si la hipótesis nula es verdadera la estadística de prueba está distribuida como  $\chi^2_{g;1-\alpha}$  grado de libertad

### Regla de decisión

- Rechazar  $H_0$  si  $\text{sig} < \alpha$
- Aceptar  $H_0$  si  $\text{sig} > \alpha$

### Estadística de prueba usando SPSS 21.0

Tabla 38

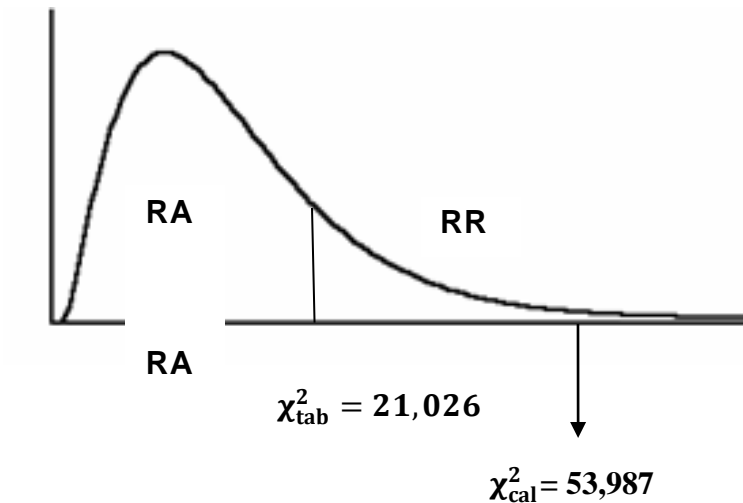
*Pruebas de chi-cuadrado entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en Enseñanza-Aprendizaje*

	Valor	gl	P_value
Chi-cuadrado de Pearson	53,987	12	<b>0,000</b>
Razón de verosimilitudes	48,530	12	0,000
Asociación lineal por lineal	34,861	1	0,000
N de casos válidos	192		

Tabla 39

*Análisis de Tau-b-Kendall entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en Enseñanza-Aprendizaje*

	Valor	Error típ. asint.	T aproximada	Sig.
Ordinal por Tau-b de	<b>0,405</b>	0,058	6,345	0,000
ordinal Kendall				
N de casos válidos	192			



### Regla de decisión

Como el valor  $\chi^2_{cal} > \chi^2_{tab}$  y el valor cae en la región de rechazo se acepta la  $H_a$  ; así mismo como es  $p\_value = 0.000 < \alpha = 0.05$  se rechaza la  $H_0$ . Por otro lado el análisis de tau-b-kendall afirma que el grado de asociación entre las variables de estudio es de  $0,405 = 40,5\%$  la cual es significativa y directa, demostrando así, que la percepción favorable de los estudiantes en la calidad del servicio Educativo Universitario de la EAP de Administración se relaciona al grado de satisfacción de los mismos en la enseñanza-aprendizaje (ver tabla 38 y 39).

### Conclusión:

Se puede concluir que la percepción de los estudiantes respecto a la calidad de servicios emitida por la EAP de administración es dependiente o se relaciona con el grado de satisfacción de los mismos. Estos resultados infiere la relación de las variables en estudio, de manera que si estudiante evidencia una percepción favorable en la calidad de los servicios los mismos manifestará un alto grado de satisfacción por los servicios prestados en la EAP de administración en la área de enseñanza-Aprendizaje.

#### 4.2.2. Prueba de hipótesis de la $\chi^2$ entre la calidad de servicio percibido y la satisfacción del cliente en la Investigación de la EAP de Administración 2014

##### Suposiciones:

Las diferencias observadas constituyen una muestra aleatoria con una población y una distribución que no presenta normalidad de datos, por lo que es necesario la utilización del análisis estadístico no paramétrico.

##### Hipótesis:

Ho2: la calidad de servicio percibido no se relaciona con la satisfacción del cliente en la Investigación de la EAP de Administración 2014.

Ha2: la calidad de servicio percibido se relaciona con la satisfacción del cliente en la Investigación de la EAP de Administración 2014.

##### Nivel de error Tipo I:

El nivel de significancia será  $\alpha = 0.05$  y por correspondiente el nivel de confianza es del 95%

##### Estadístico de prueba

El estadístico para este caso es:

$$\chi^2 = \sum_i^m \frac{(n_i - e_i)^2}{e_i}$$

Que corresponde a una  $\chi_{g;1-\alpha}^2$ . Para un nivel de significación  $\alpha$  es posible encontrar el valor crítico tal que el intervalo  $\mathbf{X}_{cal}^2 < \mathbf{X}_{tab(g;1-\alpha)}^2$  defina la región de aceptación, y  $\mathbf{X}_{cal}^2 \geq \mathbf{X}_{tab(g;1-\alpha)}^2$

la rama que define la región crítica; donde los grados de libertad son:

$$\mathbf{g} = (\mathbf{filas} - 1) \times (\mathbf{columnas} - 1) = 12$$

### Distribución de la estadística de prueba:

Si la hipótesis nula es verdadera la estadística de prueba está distribuida como  $\chi^2_{g;1-\alpha}$  grado de libertad

### Regla de decisión

- Rechazar  $H_0$  si  $\text{sig} < \alpha$
- Aceptar  $H_0$  si  $\text{sig} > \alpha$

### Estadística de prueba usando SPSS 21.0

Tabla 40

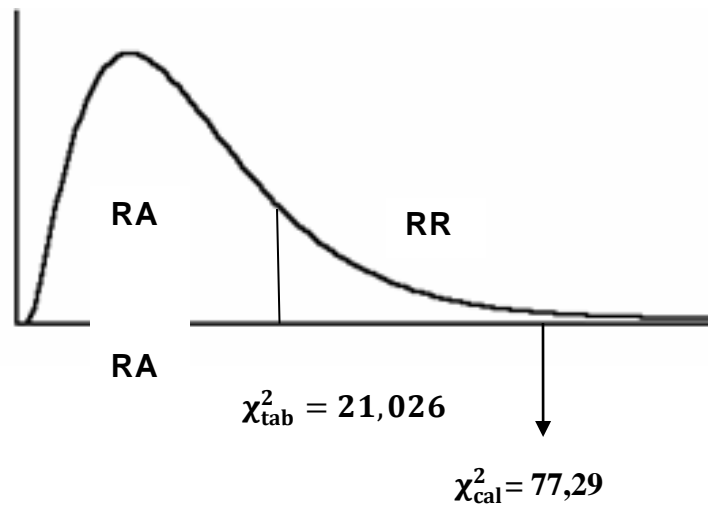
*Pruebas de chi-cuadrado entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Investigación*

		Valor	gl	P_value
Chi-cuadrado	de	77,299	12	0,000
Pearson				
Razón	de	65,283	12	0,000
verosimilitudes				
Asociación lineal	por	41,208	1	0,000
lineal				
N de casos válidos		192		

Tabla 41

*Análisis de Tau-b-Kendall entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Investigación*

		Error típ.		T	
		Valor	asint.	aproximada	Sig.
Ordinal	por Tau-b	de 0,412	0,061	6,149	0,000
ordinal	Kendall				
N de casos válidos		192			



### Regla de decisión

Como el valor  $\chi_{cal}^2 > \chi_{tab}^2$  y el valor cae en la región de rechazo se acepta la  $H_a$  ; así mismo como es  $p\_value = 0.000 < \alpha = 0.05$  se rechaza la  $H_0$ . Por otro lado el análisis de tau-b-kendall afirma que el grado de asociación entre las variables de estudio es de  $0,412 = 41,2\%$  la cual es significativa y directa, demostrando así, que la percepción favorable de los estudiantes en la calidad del servicio Educativo Universitario de la EAP de Administración se relaciona al grado de satisfacción de los mismos en la investigación (ver tabla 40 y 41)

**Conclusión:**

Se puede concluir que la percepción de los estudiantes respecto a la calidad de servicios emitida por la EAP de administración es dependiente o se relaciona con el grado de satisfacción de los mismos. Estos resultados infiere la relación de las variables en estudio, de manera que si estudiante evidencia una percepción favorable en la calidad de los servicios los mismos manifestará un alto grado de satisfacción por los servicios prestados en la EAP de administración en el área de investigación.

**4.2.3. Prueba de hipótesis de la  $\chi^2$  entre la calidad de servicio percibido y la satisfacción del cliente en la Proyección Social y Extensión Universitaria de la EAP de Administración 2014****Suposiciones:**

Las diferencias observadas constituyen una muestra aleatoria con una población y una distribución que no presenta normalidad de datos, por lo que es necesario la utilización del análisis estadístico no paramétrico.

**Hipótesis:**

Ho3: la calidad de servicio percibido no se relaciona con la satisfacción del cliente en la en la Proyección Social y Extensión Universitaria de la EAP de Administración 2014.

Ha3: la calidad de servicio percibido se relaciona con la satisfacción del cliente en la en la Proyección Social y Extensión Universitaria de la EAP de Administración 2014.

**Nivel de error Tipo I:**

El nivel de significancia será  $\alpha = 0.05$  y por correspondiente el nivel de confianza es del 95%

**Estadístico de prueba**

El estadístico para este caso es:

$$\chi^2 = \sum_i^m \frac{(n_i - e_i)^2}{e_i}$$

Que corresponde a una  $\chi_{g;1-\alpha}^2$ . Para un nivel de significación  $\alpha$  es posible encontrar el valor crítico tal que el intervalo  $X_{cal}^2 < X_{tab(g;1-\alpha)}^2$  defina la región de aceptación, y  $X_{cal}^2 \geq X_{tab(g;1-\alpha)}^2$  la rama que define la región crítica; donde los grados de libertad son:

$$g = (\text{filas} - 1) \times (\text{columnas} - 1) = 9$$

### Distribución de la estadística de prueba:

Si la hipótesis nula es verdadera la estadística de prueba está distribuida como  $\chi_{g;1-\alpha}^2$  grado de libertad

### Regla de decisión

- Rechazar  $H_0$  si  $\text{sig} < \alpha$
- Aceptar  $H_0$  si  $\text{sig} > \alpha$

### Estadística de prueba usando SPSS 21.0

Tabla 42

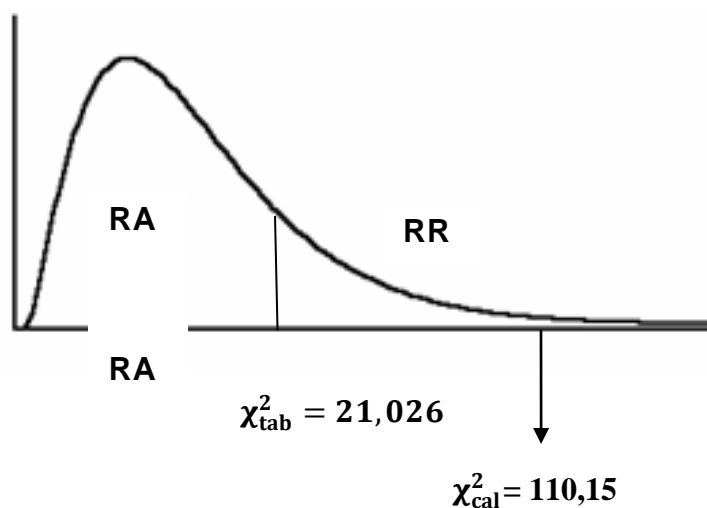
*Pruebas de chi-cuadrado entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Proyección Social y Extensión Universitaria*

		Valor	gl	P_value
Chi-cuadrado	de	110,150	9	0,000
Pearson				
Razón	de	64,370	9	0,000
verosimilitudes				
Asociación lineal	por	49,590	1	0,000
lineal				
N de casos válidos		192		

Tabla 43

Análisis de Tau-b-Kendall entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Proyección Social y Extensión Universitaria

	Valor	Error típ. asint.	T aproximada	Sig.
Ordinal por Tau-b de Kendall	<b>0,445</b>	0,056	6,888	0,000
N de casos válidos	192			



### Regla de decisión

Como el valor  $\chi_{cal}^2 > \chi_{tab}^2$  y el valor cae en la región de rechazo se acepta la  $H_a$  ; así mismo como es  $p\_value = 0.000 < \alpha = 0.05$  se rechaza la  $H_0$ . Por otro lado el análisis de tau-b-kendall afirma que el grado de asociación entre las variables en estudio es de  $0,445 = 44,5\%$  la cual es significativa y directa, demostrando así, que la percepción favorable de los estudiantes en la calidad del servicio Educativo Universitario de la EAP de Administración se relaciona al grado

de satisfacción de los mismos en la Proyección social y extensión Universitaria (ver tabla 42 y 43).

**Conclusión:**

Se puede concluir que la percepción de los estudiantes respecto a la calidad de servicios emitida por la EAP de administración es dependiente o se relaciona con el grado de satisfacción de los mismos. Estos resultados infiere la relación de las variables en estudio, de manera que si estudiante evidencia una percepción favorable en la calidad de los servicios los mismos manifestará un alto grado de satisfacción por los servicios prestados en la EAP de administración en el área de la proyección social y extensión universitaria.

**4.2.4. Prueba de hipótesis de la  $\chi^2$  entre la calidad de servicio percibido y la satisfacción del cliente en el Plan Maestro de Desarrollo Espiritual de la EAP de Administración**

**2014**

**Suposiciones:**

Las diferencias observadas constituyen una muestra aleatoria con una población y una distribución que no presenta normalidad de datos, por lo que es necesario la utilización del análisis estadístico no paramétrico.

**Hipótesis:**

Ho4: la calidad de servicio percibido no se relaciona con la satisfacción del cliente en el Plan Maestro de Desarrollo Espiritual de la EAP de Administración 2014.

Ha4: la calidad de servicio percibido se relaciona con la satisfacción del cliente en el Plan Maestro de Desarrollo Espiritual de la EAP de Administración 2014.

**Nivel de error Tipo I:**

El nivel de significancia será  $\alpha = 0.05$  y por correspondiente el nivel de confianza es del 95%

## Estadístico de prueba

El estadístico para este caso es:

$$\chi^2 = \sum_i^m \frac{(n_i - e_i)^2}{e_i}$$

Que corresponde a una  $\chi_{g;1-\alpha}^2$ . Para un nivel de significación  $\alpha$  es posible encontrar el valor crítico tal que el intervalo  $X_{cal}^2 < X_{tab(g;1-\alpha)}^2$  defina la región de aceptación, y  $X_{cal}^2 \geq X_{tab(g;1-\alpha)}^2$

la rama que define la región crítica; donde los grados de libertad son:

$$g = (\text{filas} - 1) \times (\text{columnas} - 1) = 12$$

## Distribución de la estadística de prueba:

Si la hipótesis nula es verdadera la estadística de prueba está distribuida como  $\chi_{g;1-\alpha}^2$  grado de libertad

## Regla de decisión

- Rechazar  $H_0$  si  $\text{sig} < \alpha$
- Aceptar  $H_0$  si  $\text{sig} > \alpha$

## Estadística de prueba usando SPSS 21.0

Tabla 44

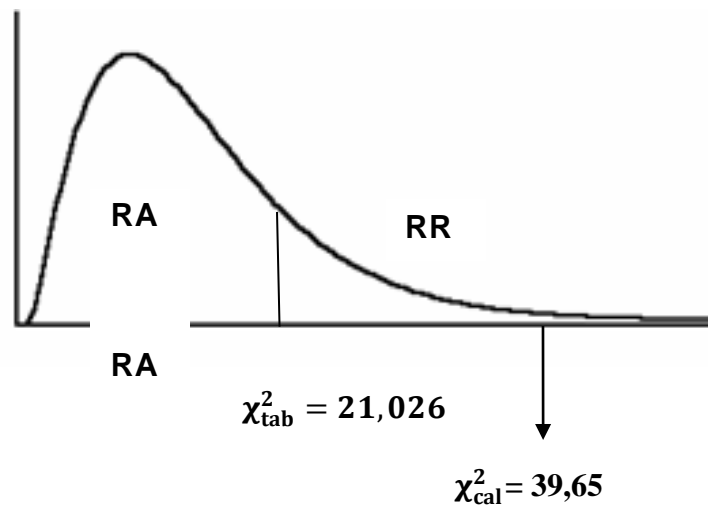
*Pruebas de chi-cuadrado entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en el Plan Maestro de Desarrollo Espiritual*

	Valor	gl	P_value
Chi-cuadrado de Pearson	39,651	12	0,000
Razón de verosimilitudes	36,860	12	0,000
Asociación lineal por lineal	16,476	1	0,000
N de casos válidos	192		

Tabla 45

Análisis de Tau-b-Kendall entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en el Plan Maestro de Desarrollo Espiritual

		Valor	Error típ. asint.	T aproximada	Sig.
Ordinal por Tau-b		de 0,285	0,067	4,146	0,000
ordinal Kendall					
N de casos válidos		192			



**Regla de decisión**

Como el valor  $\chi_{cal}^2 > \chi_{tab}^2$  y el valor cae en la región de rechazo se acepta la  $H_a$  ; así mismo como es  $p\_value = 0.000 < \alpha = 0.05$  se rechaza la  $H_0$ . Por otro lado el análisis de tau-b-kendall afirma que el grado de asociación entre las variables en estudio es de  $0,285 = 28,5\%$  la cual es considerable y directa, demostrando así, que la percepción favorable de los estudiantes en la calidad del servicio Educativo Universitario de la EAP de Administración se relaciona al grado de satisfacción de los mismos en el Plan Maestro de desarrollo espiritual (ver tabla 44 y 45)

**Conclusión:**

Se puede concluir que la percepción de los estudiantes respecto a la calidad de servicios emitida por la EAP de administración es dependiente o se relaciona con el grado de satisfacción de los mismos. Estos resultados infiere la relación de las variables en estudio, de manera que si estudiante evidencia una percepción favorable en la calidad de los servicios los mismos manifestará un alto grado de satisfacción por los servicios prestados en la EAP de administración en el Plan maestro de Desarrollo Espiritual.

#### **4.2.5 Prueba de hipótesis de la $\chi^2$ entre la calidad de servicio percibido y la satisfacción del cliente en la Gestión Académica de la EAP de Administración 2014.**

##### **Suposiciones:**

Las diferencias observadas constituyen una muestra aleatoria con una población y una distribución que no presenta normalidad de datos, por lo que es necesario la utilización del análisis estadístico no paramétrico.

##### **Hipótesis:**

Ho5: la calidad de servicio percibido no se relaciona con la satisfacción del cliente en la Gestión Académica de la EAP de Administración 2014.

Ha5: la calidad de servicio percibido se relaciona con la satisfacción del cliente en la Gestión Académica de la EAP de Administración 2014.

##### **Nivel de error Tipo I:**

El nivel de significancia será  $\alpha = 0.05$  y por correspondiente el nivel de confianza es del 95%

##### **Estadístico de prueba**

El estadístico para este caso es:

$$\chi^2 = \sum_i^m \frac{(n_i - e_i)^2}{e_i}$$

Que corresponde a una  $\chi_{g;1-\alpha}^2$ . Para un nivel de significación  $\alpha$  es posible encontrar el valor crítico tal que el intervalo  $\mathbf{X}_{cal}^2 < \mathbf{X}_{tab(g;1-\alpha)}^2$  defina la región de aceptación, y  $\mathbf{X}_{cal}^2 \geq \mathbf{X}_{tab(g;1-\alpha)}^2$  la rama que define la región crítica; donde los grados de libertad son:

$$\mathbf{g} = (\mathbf{filas} - 1) \times (\mathbf{columnas} - 1) = 12$$

### Distribución de la estadística de prueba:

Si la hipótesis nula es verdadera la estadística de prueba está distribuida como  $\chi_{g;1-\alpha}^2$  grado de libertad

### Regla de decisión

- Rechazar  $H_0$  si  $\text{sig} < \alpha$
- Aceptar  $H_0$  si  $\text{sig} > \alpha$

### Estadística de prueba usando SPSS 21.0

Tabla 46

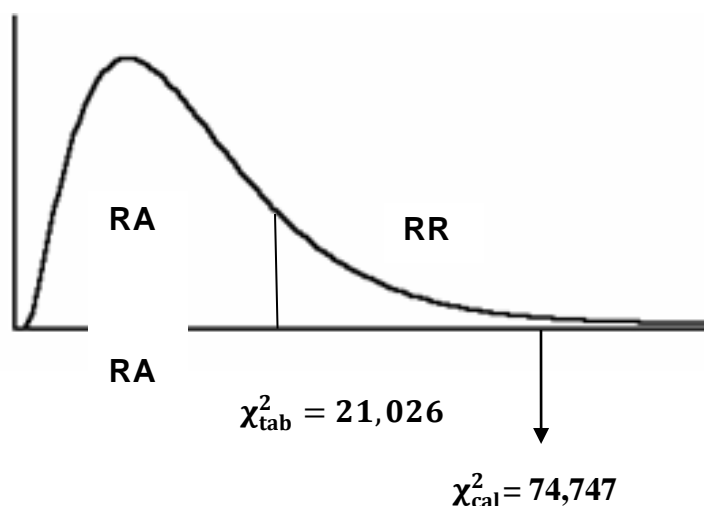
*Pruebas de chi-cuadrado entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Gestión Académica*

	Valor	gl	P_Value
Chi-cuadrado de Pearson	74,747	12	0,000
Razón de verosimilitudes	63,675	12	0,000
Asociación lineal por lineal	42,706	1	0,000
N de casos válidos	192		

Tabla 47

*Análisis de Tau-b-Kendall entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Gestión Académica*

		Valor	Error típ. asint.	T aproximada	Sig.
Ordinal por Ordinal	Tau-b Kendall	0,433	0,057	6,835	0,000
N de casos válidos		192			



### Regla de decisión

Como el valor  $\chi^2_{cal} > \chi^2_{tab}$  y el valor cae en la región de rechazo se acepta la  $H_a$  ; así mismo como es  $p\_value = 0.000 < \alpha = 0.05$  se rechaza la  $H_0$ . Por otro lado el análisis de tau-b-kendall afirma que el grado de asociación entre las variables en estudio es de  $0,433 = 43,3\%$  la cual es significativa y directa, demostrando así, que la percepción favorable de los estudiantes en la calidad del servicio Educativo Universitario de la EAP de Administración se relaciona al grado de satisfacción de los mismos en el área de la gestión académica (ver tabla 46 y 47)

### **Conclusión:**

Se puede concluir que la percepción de los estudiantes respecto a la calidad de servicios emitida por la EAP de administración es dependiente o se relaciona con el grado de satisfacción de los mismos. Estos resultados infiere la relación de las variables en estudio, de manera que si estudiante evidencia una percepción favorable en la calidad de los servicios los mismos manifestará un alto grado de satisfacción por los servicios prestados en la EAP de administración en el área de la gestión académica.

#### **4.2.6. Prueba de hipótesis de la $\chi^2$ entre la percepción de la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes de la EAP de Administración 2014**

##### **Suposiciones:**

Las diferencias observadas constituyen una muestra aleatoria con una población y una distribución que no presenta normalidad de datos, por lo que es necesario la utilización del análisis estadístico no paramétrico.

##### **Hipótesis:**

Ho6: La calidad de servicio percibido no se relaciona con la satisfacción de los estudiantes de la EAP de Administración 2014.

Ha6: La calidad de servicio percibido no se relaciona con la satisfacción de los estudiantes de la EAP de Administración 2014.

##### **Nivel de error Tipo I:**

El nivel de significancia será  $\alpha = 0.05$  y por correspondiente el nivel de confianza es del 95%

##### **Estadístico de prueba**

El estadístico para este caso es:

$$\chi^2 = \sum_i^m \frac{(n_i - e_i)^2}{e_i}$$

Que corresponde a una  $\chi_{g;1-\alpha}^2$ . Para un nivel de significación  $\alpha$  es posible encontrar el valor crítico tal que el intervalo  $X_{cal}^2 < X_{tab(g;1-\alpha)}^2$  defina la región de aceptación, y  $X_{cal}^2 \geq X_{tab(g;1-\alpha)}^2$  la rama que define la región crítica; donde los grados de libertad son:

$$g = (\text{filas} - 1) \times (\text{columnas} - 1) = 9$$

### Distribución de la estadística de prueba:

Si la hipótesis nula es verdadera la estadística de prueba está distribuida como  $\chi_{g;1-\alpha}^2$  grado de libertad

### Regla de decisión

- Rechazar  $H_0$  si  $\text{sig} < \alpha$
- Aceptar  $H_0$  si  $\text{sig} > \alpha$

### Estadística de prueba usando SPSS 21.0

Tabla 48

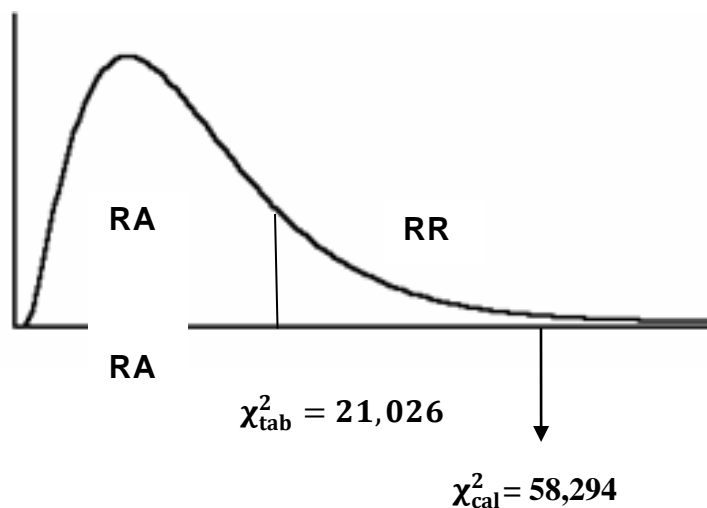
*Pruebas de chi-cuadrado entre la calidad de servicio percibido según satisfacción de los estudiantes*

	Valor	gl	P_Value
Chi-cuadrado de Pearson	58,294	9	0,000
Razón de verosimilitudes	54,073	9	0,000
Asociación lineal por lineal	38,074	1	0,000
N de casos válidos	192		

Tabla 49

Análisis de Tau-b-Kendall entre la calidad de servicio percibido según satisfacción en la Gestión educativa

Ordinal por Tau-b de	Valor	Error típ. asint.	T aproximada	Sig.
ordinal Kendall	0,419	0,059	6,249	0,000
N de casos válidos	192			



### Regla de decisión

Como el valor  $\chi^2_{cal} > \chi^2_{tab}$  y el valor cae en la región de rechazo se acepta la  $H_a$  ; así mismo como es  $p\_value = 0.000 < \alpha = 0.05$  se rechaza la  $H_0$ . Por otro lado el análisis de tau-b-kendall afirma que el grado de asociación entre las variables en estudio es de  $0,419 = 41,9\%$  la cual es significativa y directa, demostrando así, que la percepción favorable de los estudiantes en la calidad del servicio Educativo Universitario de la EAP de Administración se relaciona al grado de satisfacción de los mismos (ver tabla 48 y 49)

## **Conclusión:**

Se puede concluir que la percepción de los estudiantes respecto a la calidad de servicios emitida por la EAP de administración es dependiente o se relaciona con el grado de satisfacción de los mismos. Estos resultados infiere la relación de las variables en estudio, de manera que si estudiante evidencia una percepción favorable en la calidad de los servicios los mismos manifestará un alto grado de satisfacción por los servicios prestados en la EAP de administración.

### **4.3. Interpretación de resultados y discusión.**

Para discutir los resultados de la investigación se seleccionó aquellos antecedentes más trascendentales que permitieron llegar a una comparación, discrepancia, coincidencia y aporte de conocimientos los cuales se detalla a continuación.

Los resultados respecto la percepción de la calidad de servicio fue significativo en un 74,5%, debido a que la institución cuenta actualmente con un Plan Estratégico y Operativo que le permite tener un horizonte de las actividades a realizar, los cuales participan la comunidad universitaria(administrativos, docentes y estudiante) incluidos egresados y grupos de interés. Estos resultados son coincidentes con los de Peña (1997) el cual demostró que la calidad total está relacionada a la participación de los actores que componen al sistema educativo. Por otro lado los resultados emitidos por Franco (2003) demostraron que para llegar a un calidad total debe haber buenas relaciones personales entre el cliente y empleador, reflejar empatía entre los miembros y motivarlos a través de elementos tangible. Asimismo los resultados coinciden con el estudio realizado por Franco, donde el 71,5% de los estudiantes manifestó percibir una calidad de servicio a través de las actitudes y comportamiento del docente.

Respecto a la satisfacción los resultados fueron significativo en un 73,8% en el cual los estudiantes manifestaron más satisfacción con las proyecciones sociales y extensión universitaria, este resultados discrepa con los de folguerias, luna y Puig (2011) donde solo menciona al desarrollo de las clases del docente para los estudiantes puedan percibir la calidad del servicio., sin embargo los resultados realizados por la Dirección General de Investigación de la institución coincidieron directamente, pues la relaciones principales, los medios de comunicación y la instalaciones la infraestructura son indicadores claves para incrementar la satisfacción en los estudiantes .

## CONCLUSIONES

Al realizar los análisis estadísticos en relación a los objetivos e hipótesis planteados, se llega a las siguientes conclusiones:

Los estudiantes de la Escuela Académica Profesional (EAP) de Administración presentaron altos niveles de percepción en la calidad de servicio que ofrece la carrera en un 74,5%, siendo la más significativa con un 74,3% la percepción en la **organización**; sin embargo el indicador menos significativo fue la dimensión donde abarcaba la percepción respecto a los **procesos administrativos** con solo un 49,0%, deduciendo que en la EAP de administración evidencia una excelente organización pero los procesos aún no se encuentran formalizados y por ende disminuye la calidad.

Con respecto a la satisfacción, los estudiantes de la carrera presentaron resultados muy significativos, donde el 73,8% del mismo declararon estar satisfechos. Asimismo la dimensión más significativa fue el Plan Maestro de desarrollo Espiritual con un 76,1%, la misma forma parte de la filosofía de la institución, seguido de la Proyección Social y Extensión universitaria con un 72,9% de los estudiantes satisfechos; sin embargo el menos significativo fue la dimensión relacionada a la Investigación con un 54,7%, área en la que la EAP aún debe mejorar ya que los estudiantes necesitan fortalecer la investigación formativa.

Los resultados de la prueba estadística demostraron que la calidad de servicios percibido por los estudiantes de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión se relaciona directamente con la satisfacción de los mismo ( $p < 0,05$ ), en el área de Enseñanza-Aprendizaje en un 40.5%, El resultado además indica de manera significativa que los estudiantes están satisfecho en el área de enseñanza-Aprendizaje y presentan altos índices de percepción respecto a la calidad de servicio, lo que indica que los docentes tienen competencia favorables, la escuela

se organiza y presentan un clima institucional bueno ente otros indicadores relacionados a la variable

Los resultados de la prueba estadística demostraron que la calidad de servicios percibido por los estudiantes de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión se relaciona directamente con la satisfacción de los mismo ( $p < 0,05$ ), en el área de investigación en un 41.2%, sin embargo el área de investigación presenta el porcentaje más bajo en cuanto al nivel de satisfacción resultados que se debe considerado para mejora.

Por otro lado los resultados de la prueba estadística también demostraron que la calidad de servicios percibido por los estudiantes de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión se relaciona directamente con la satisfacción de los mismo ( $p < 0,05$ ), en el área de Proyección social y Extensión Universitaria en un 44.5%, Este resultado es el más significativo debido a que la institución ejecuta muchos proyectos sociales donde los estudiantes participan activamente.

La calidad de servicios percibido por los estudiantes de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión se relaciona directamente con la satisfacción de los mismo ( $p < 0,05$ ), en el Plan Maestro de Desarrollo Espiritual en un 28,5% y en el área de la gestión académica en un 43,3%. Los resultados demuestran que en área espiritual la relación es mínima debido a que la mayoría de los estudiantes son adventistas y diferencia las actividades espirituales.

## RECOMENDACIONES

- Referente a la calidad los procesos administrativos fueron las más bajos en la calificación por los estudiantes y se recomienda a que puedan formalizar los procesos y a través de normativas y difundirlos a toda la comunidad universitaria para su desarrollo.
- La escuela Académica Profesional de Administración debe iniciar la autoevaluación rumbo a la acreditación de la carrera ya que los resultados en la investigación los respaldan.
- El área de investigación debe ser reforzada y orientar a los estudiantes desde los inicios de ciclo a que puedan desarrollar la competencia de la investigación formativa a través del apoyo de los docentes capacitados por la institución.
- Se recomienda que la investigación pueda desarrollarse en toda la institución y en filiales debido a que los resultados serán de utilidad para tomar decisiones en prioridad de las carreras que puedan ser acreditadas por el estado.
- Si bien en el área espiritual la relación es mínimas, se recomienda que en las actividades del Plan Maestro de Desarrollo Espiritual se incluyan a los docentes para que realicen labores de mentoría en los estudiantes para que la relación entre los docentes, administradores y estudiante se mas solida

## REFERENCIAS

- Korniejczuk, V. (2012). Acción y reflexión: actitud del estudiante hacia el aprendizaje y el servicio. *SCIELO*, XXIV(1), 1669-2721.
- Méndez Leyva, A., & Márquez Lorez, M. (2013). La gestión de la carrera universitaria centrada en los procesos y en los resultados. *Atlante. Cuadernos de Educación y Desarrollo*.
- Vega, D., Arévalo, A., Sandoval, J., Aguilar, C., & Giraldo, J. (2006). Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994–2005). *REVISTA DIVERSITAS – PERSPECTIVAS EN PSICOLOGÍA*, II(2), 329-349.
- Alves, H., & Raposo, M. (2004). La medición de la satisfacción en la enseñanza universitaria: ejemplo de la universidad Da Beira Interior. *Revista Internacional de Marketing*, I(1), 73-88.
- Bozu, Z., & Canto Herrera, P. J. (2009). El profesorado universitario en la sociedad del conocimiento: competencias profesionales docentes. *Revista de Formación e Innovación Educativa Universitaria.*, II(2), 87-97.
- Caldera Morillo, E., Pirela Morillo, J., & Ortega, E. (2011). Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias. *Documentación de las Ciencias de la Información*, XXXIV, 333-347.
- Cárdenas Rodríguez, M., Méndez Hinojosa, L. M., & González Ramírez, M. T. (2014). Evaluación del desempeño docente, estrés y burnout en profesores universitarios. *Revista Electrónica “Actualidades Investigativas en Educación”*, XIV(1), 1-22.
- Carpio, B. (2013). *Estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios de INTEC C.A en la web 2.0*. San Diego.
- Cecilia Tumino, M., & Ruth Poitevin, E. (2014). Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes: Caso de estudios. *REICE*, 12(2), 63-84.
- Cervantes Casillas, J., & Molina Gonzales, C. (2003). *Análisis de la calidad del servicio ofrecido por el departamento de licencias de la SCT de la Ciudad de Puebla*. Cholula.
- Clemenza, C., Gotera, A., & Araujo, R. (26 de Mayo de 2010). Calidad de los servicios prestados por el servicio autónomo municipal privado. *Revista Venezolana de Gerencia*, 15(49), 103-124.

- Colmenare, O., & Saavedra, J. (2010). Aproximación teórica de los modelos conceptuales. *Contribuciones a la Economía*(06), 1666-1680.
- Crosby, P. (1987). *La Calidad No Cuesta*. Mexico: COMPAÑÍA EDITORIAL CONTINENTAL, S.A. de C.V.
- De la Fuente Mella, H., Marzo Navarro, M., & Reyes Riquelme, M. (2010). Análisis de la Satisfacción Universitaria en la facultad de Ingeniería de la universidad de Talca. *INGENIARE*, XVIII(3), 350 - 363.
- Deming, E. (1986). *FUERA DE LA CRISIS*. Estados Unidos : MIT Press.
- Díaz, G. M. (2013). *Nivel de satisfacción de los estudiantes de enfermería sobre las enseñanzas en las asignaturas*. Lima, Lima.
- Dirección de Evaluación y Acreditación. (2008). Modelo de Calidad para la Acreditación de Carreras Universitarias y Estándares para la Carrera de Educación. *Consejo de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad de la Educación Superior Universitaria*, 4-44.
- Dirección General de Investigación. (2014). *Calidad de Servicio Educativo de la Universidad Peruana Unión (UPeU)*. Lima.
- Folgueras, B. P., Luna, G. E., & Puig, L. G. (2011). *Aprendizaje y servicio: Estudio del grado de satisfacción de estudiantes universitarios*. Barcelona.
- G Woodside, A. (1989). La vinculación de la calidad del servicio, la satisfacción del cliente, y la intención de conducta. *Diario de comercialización de atención médica*, 9, 5-17.
- González Valdés, G., & Philip Martínez, X. (2007). *Evaluación de la calidad en el servicio de 5 empresas en la ciudad de Puebla en base al modelo del ciclo simple y doble ciclo de Argyris*. Tesis, Universidad de las Américas Puebla, Cholula.
- Grönroos, C. (1994). *Gestión y marketing del servicio*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Guerrero Cuadrado, M. (2011). *La gestión de la calidad total en los ayuntamientos españoles*. Madrid: Graf Mapas.
- HERRERA MORILLAS, J. L. (2009). Visibilidad en la web de los centros de recursos para el aprendizaje y la investigación (CRAI) en las bibliotecas universitarias. *textos universitarios de*.
- Juran, J. (1992). *Quality Planning and Analysis*. Estados Unidos : Simon & Schuster, Inc.
- Kaoru, I. (1986). *¿Que es el control total de calidad*. Bogota: Maria del Mar Ravassa.

- Lizano Calvo , M. (2012). Percepcion de la calidad en la conducta externa del laboratorio clinico del hospital maximiliano. *Revista Medica de Costa Rica y Centroamerica LXIX*, 157-162.
- Llanos Castilla, J. L. (2012). *La Enseñanza Universitaria, los Recursos Didácticos y el Rendimiento Académico de los estudiantes de la E.A.P de Educación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Lima.
- Lorena Carrete , L., & Rosas Ferrer , J. (2010). Propuesta preliminar de uan escala de satisfac ión para clientes Mexicanos de supermercado. *Pecvnia, Monográfico*, 5-23.
- Martin , M. (2011). Percepción de los clientes externos en cuanto a la calidad del servicio prestado en el sector cine en el municipio maracaibo . *COEPTUM, III(1)*.
- Martin Gago , A. (2014). *El cliente, sujeto activo de la hoteleria actual. Como la gestion de las opciones actua en la satisfaccion , el marketing de la emepresa y sus resultados*. Segovia .
- Mateos Zárate, M. (2007). *Desarrollo de un instrumento de medición que evalué la calidad en el servicio, que presta el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Estado de Puebla*. Chohula.
- Meléndez Ferrer, L. (2004). Formación de la actitud docente del profesor universitario desde una perspectiva organizacional. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, X(2)*.
- Millones Zagal , P. (2010). Medición y control del nivel de stisfacción de los clientes en un supermercado. *Repositorio institucional PIRHUA*.
- Morales, M., & Calderón Moncloa, L. F. (2005). Desarrollo de un instrumento para medir la calidad de servicio en cursos y programas de educación para ejecutivos. *Revista de empresa, XIII(1)*, 30-41.
- Naranjo Hernández, C. (2011). *Marketing educativo; desarrollo de una estrategia C.E.M. aplicado a la Universidad nacional de Colombia sede Manizales como base para la fidelización de clientes y complemento a la estrategia de C.R.M*. Colombia.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing, XLIX(4)*, 41-50.

- Pichardo Martínez, M., García Berbén, A., De la Fuente Arias, J., & Justicia Justicia, F. (2007). El estudio de las expectativas en la universidad: análisis de trabajos empíricos y futuras líneas de investigación. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, IX(1), 1-16.
- Roccaro, I. E. (2002). *El proceso de mejora continua y la gestión de recursos humanos en las universidades públicas argentinas*. Buenos Aires: Cuyo.
- Rodríguez Álvarez, M. (2004). *Calidad en servicio de atención al cliente*. Veracruz.
- Romero, F. (2009). Desempeño laboral y calidad de servicio del personal administrativo en las universidades privadas. *REDHECS*.
- Shewhart, W. (1931). *Economic control of quality of manufactured product*. New York: Van Nostrand Company.
- Sucia Riveros, R. E. (2009). *Relación del Marketing Estratégico Relacional Educativo en la calidad de la Gestión Pedagógica Instituciones Educativas de la Red 07 en la Unidad Gestión Educativa Local 05 en San Juan de Lurigancho - Lima 2009*. Lima, Lima.
- Tumino, M. C., & Poitevin, E. R. (2013). Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes. *REICE*, 12(2), 63-84.
- Udaondo, M. (1991). *Control total de la calidad*. Madrid: S.A GETAFE.
- Vergara Schmalbach, J. C., & Quesada Ibargüen, V. M. (8 de Marzo de 2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales. *Revista electrónica de investigación educativa*, XIII(1), 108-122.

## ANEXOS

- **Cuestionario de percepción de Calidad**



### Cuestionario de calidad de servicios académicos según la perspectiva de los estudiantes de la escuela profesional de Administración



Se agradece anticipadamente su participación en esta encuesta  
 Lea detenidamente cada una de las preguntas que se formulan a continuación y seleccione la alternativa de respuesta que considere pertinente.

**Instrucciones:**

**1.- Muy mala 2.- Mala 3.- Ni mala ni buena 4.- Buena 5.- Muy buena**

	1	2	3	4	5
A) Competencia del cuerpo docente					
1. El nivel de los conocimientos teóricos de los docentes					
2. El nivel de los conocimientos prácticos					
3. La actualización, con los últimos conocimientos de los docentes					
4. La capacidad para transmitir los conocimientos de los docentes					
5. La explicación de conocimientos de los docentes					
6. La orientación hacia el trabajo autónomo de los estudiantes por parte de los docentes					
7. La orientación hacia el trabajo colaborativo de los estudiantes por parte de los docentes					
8. La eficiencia de los docentes para desarrollar las acciones pedagógicas					
B) Organización de la enseñanza de la carrera					
9. La integración adecuada entre contenidos teóricos y prácticos					
10. La estimulación del desarrollo de capacidades de los estudiantes durante la carrera					
11. Los horarios de clases adecuados a las necesidades de los estudiantes					
12. El número de estudiantes por clase para los procesos de enseñanza aprendizaje					
13. Los contenidos enseñados concordantes con el perfil profesional de egreso					
14. El cumplimiento de las expectativas que se tenía al iniciar la carrera					
15. El currículo por competencias(contenidos, actividades y prácticas)					
16. La metodología docente (recursos, estrategias didácticas, actividades complementarias)					
17. La evaluación del aprendizaje (procedimientos, criterios, resultados y revisión de exámenes)					
C) Comunicación y clima organizacional					

18. Los procesos y canales de comunicación entre los públicos de la comunidad universitaria					
19. Los espacios existentes para expresar opiniones					
20. El tratamiento de quejas o sugerencias sobre diferentes aspectos de los servicios universitarios					
21. El clima de convivencia y relaciones humanas					
22. El trato recibido por todo el personal implicado en la institución					
23. Las soluciones y alternativas que se aplican para resolver dificultades					
24. Las actividades de mejora e innovación aplicadas					
D) Actitud y comportamiento del cuerpo docente					
25. La participación de los estudiantes en las clases					
26.- El trabajo en equipo de los docentes para mejorar los resultados					
27.- La disponibilidad de los docentes para orientar al estudiante cuando sea necesarios					
28. La comunicación entre profesores y estudiantes					
29. El uso de los resultados de las evaluaciones					
30. El trato recibido de los docentes					
E) Instalaciones y equipamiento					
31. Las condiciones de las aulas para la docencia					
32. La bibliografía disponible					
33. Las instalaciones físicas para el desarrollo del aprendizaje					
34. La motivación del aprendizaje de contenidos por parte de los docentes					
35. Las instalaciones y su mantenimiento					
F) Evaluaciones					
36. La utilidad de los materiales entregado por los docentes a los estudiantes					
37. La evaluación de los conocimientos de los estudiantes por parte de los docentes					
38. El cumplimiento de las tutorías por los docentes					
G) Asignaturas optativas					
39. Los profesionales para las asignaturas obligatorias y optativas					
40. La oferta amplia de talleres en educación la vida					
H) Efectividad procesos administrativos					
41. La agilidad de los procesos administrativos (matriculación, titulación, convalidaciones y trámites varios)					
42. La administración para solucionar problemas					

- **Cuestionario de Satisfacción**



## Cuestionario de satisfacción académica para estudiantes



### Objetivo del cuestionario

El objetivo del cuestionario es recopilar la opinión de los estudiantes sobre el grado de satisfacción académica de la E.A.P de Administración y Negocios Internacionales. Responde toda y cada una de las preguntas según su grado de satisfacción. Gracias por tu colaboración.

### Datos generales:

**Edad:**      **Género:** F  M  **Ciclo de estudios:** 2  4  6  8  10

**Religión:** Adventista  Católico  Evangélico  Otros

**Lugar de Procedencia:** Costa  Sierra  Selva

**Nivel Socio Económico:** Alto  Medio  Bajo

### Instrucciones.

Valore de 1 a 5 su grado de satisfacción académica de la EAP de administración y Negocios Internacionales de acuerdo a las opciones de (1 Muy insatisfecho – 2 Insatisfecho – 3 Ni insatisfecho ni satisfecho – 4 Satisfecho – 5 Muy satisfecho)

<b>A) ENSEÑANSA Y APRENDIZAJE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>En qué medida estás satisfecho con...</b>					
1. La distribución y secuencia de las asignaturas establecidas en el plan de estudios					
2. El número de estudiantes en las clases teóricos-prácticas de cada asignatura					
3. La distribución y la explicación del sílabo en el primer día de clase.					
4. Los materiales impresos y audiovisuales disponibles en las clases					
5. El contenido de los temas desarrollados en clase					
6. El nivel de exigencia del docente					
7. La comunicación de los estudiantes con el docente en el aula					
8. La asistencia a clases de los docentes					
9. La distribución de horarios de clases, exámenes, tutorías para facilitar la planificación de tu estudio					
10. La coordinación entre la teoría y la práctica de las asignaturas					
11. La metodología y la participación activa del estudiante en el aula (trabajo en grupo, resolución de proyectos )					

12. Los recursos de internet para el apoyo del aprendizaje (foros, material de consulta online)					
13. La eficacia de los medios de evaluación (exámenes, trabajos u otros)					
14. La objetividad y la revisión de las calificaciones obtenidas					
15. El apoyo y la orientación en tu aprendizaje (Tutoría de asignatura)					
16. La calidad de los docente en general					
17. Los conocimiento teóricos propios de la carrera recibidos de los docentes hasta ahora					
18. Los cursos dirigidos y extra programáticos que ayudan a nivelar tu plan de estudios					
<b>B) INVESTIGACIÓN</b> <b>En qué medida estás satisfecho con...</b>					
19. Los procesos para la elaboración de la tesis					
20. La participación de los docentes como apoyo y guía en los proyectos de investigación (Tesis) que desarrollan los estudiantes					
21. El apoyo de tu escuela para la ejecución de los procesos de investigación					
22. La participación de los estudiantes en proyectos de investigación					
23. La participación de los docentes y administradores en proyectos de investigación					
24. La difusión de los resultados de los trabajos de investigación desarrollada por los estudiantes, ex-alumnos y docentes.					
25. El apoyo económico de tu facultad a los estudiantes que están desarrollando proyectos de investigación					
26. Los laboratorios, instrumentos, aulas y materiales para el desarrollo de proyectos de investigación.					
27. El número de horas previstas para el asesoramiento del desarrollo de la investigación requerida.					
28. El respaldo y la guía convenientes, en el desarrollo de mi trabajo de investigación					
29. El nivel de exigencia en el proceso de enseñanza de investigación.					
30. La valoración que merece los docentes que participan en proyectos de investigación.					
31. La participación de los docentes y estudiantes en eventos científicos nacionales e internacionales (congresos, coloquios, jornadas, simposios)					
<b>C) PROYECCIÓN SOCIAL Y EXTENSION UNIVERSITARIA</b> <b>En qué medida estás satisfecho con...</b>					
32. La percepción favorable de la sociedad sobre el impacto que tuvieron los resultados de Proyección Social y Extensión Universitaria					
33. Los proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria desarrollados en tu escuela					
34. La aceptación de los programas de Extensión Universitaria que realiza tu escuela por parte de la comunidad					

35. Las publicaciones que hace tu escuela para la integración de los estudiantes que publican y/o exponen sus proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria					
36. La participación de los docentes, administrativos y estudiantes en proyectos y programas de Proyección Social y Extensión Universitaria de la escuela					
37. La difusión de los resultados de los proyectos de extensión universitaria y proyección social de mi escuela					
38. La evaluación de los docentes que integran los programas de Proyección Social y Extensión Universitaria					
39. Los docentes competentes para Extensión Universitaria y Proyección Social					
40. La escuela enfoca en los problemas y necesidades de las comunidades a donde se realizan las Proyecciones Sociales y Extensión Universitaria.					
41. Las asignaturas que integran los programas de Proyección Social y Extensión Universitaria					
42. El conocimiento de los sistemas de evaluación de las actividades de Proyección Social que realizan los estudiantes de la escuela.					
43. El avance y resultados de las actividades y proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria					
<b>D) DESARROLLO ESPIRITUAL</b> <b>En qué medida estás satisfecho con...</b>					
44. La existencia de escuelas sabáticas donde participan los estudiantes, docentes y administrativos					
45. Las semanas de énfasis espiritual					
46. Los juegos sociales dirigidos por los capellanes					
47. Los programas de consejería espiritual					
48. Las actividades desarrolladas del Plan Maestro de Desarrollo espiritual (PMDE)					
49. La prácticas de valores cristianos que te ayuda en la formación académica					
50. El desarrollo de tu perfil profesional y tu vida al conocer el principio, la creencia y el valor					
51. Las consejerías que dirigen los pastores para el beneficio del estudiante					
52. Las visitas e interés que tienen los capellanes en el bienestar de tu vida					
53. El PMDE para definir las metas que estableciste en mi vida					
54. El programa de PMDE al decidir tu orientación general en la vida					
55. El involucramiento de los estudiantes, docentes y administradores en los diversos de programas (deportes, Actividades sociales y espirituales)					
<b>E) GESTIÓN ACADEMICA</b> <b>En qué medida estas satisfecho con...</b>					
56. El trato y la eficacia de las secretarias de tu escuela					
57. La atención y amabilidad del personal en general de tu escuela.					
58. Los horarios de atención.					
59. La bolsa de trabajo que tienen para los estudiantes					

60. La información y formación de los programas de pasantías					
61. La información y formación sobre representación estudiantil (consejo universitario y asamblea universitaria )					
62. Las fuentes y canales de información sobre el funcionamiento cotidiano de tu escuela					
63. La información sobre las ayudas económicas					
64. La información sobre las convocatorias de becas de colaboración en tu escuela					
65. El correo electrónico UPeU, WIFI, Web UPeU					
66. Las consultas administrativas, y las matriculas online					
67. La disponibilidad de ambientes de lecturas y estudio					
68. La limpieza de los laboratorios de computación de la escuela					
69. La ventilación de las aulas de tu escuela					
70. La comodidad del mobiliario de tu escuela					

- **Documentos de validación**

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO  
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad la percepción de calidad del servicio y la satisfacción del cliente, el mismo será aplicado a los estudiantes de la E.A.P de Administración de la Universidad Peruana Unión, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación del instrumento titulado: "Calidad del servicio percibido y satisfacción del cliente de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión, sede Lima-2014"

**Instrucciones**

La evaluación requiere de lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos ha: **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 si hubiera.

Juez Nº: \_\_\_\_\_ Fecha actual: 30 - NOV - 2014

Nombres y apellidos del Juez: NEMIAS SABOYA RIOS

Institución donde labora: UPU

Años de experiencia profesional o científica: 8 AÑOS



Firma y Sello  
DNI: \_\_\_\_\_  
NEMIAS SABOYA RIOS  
Consultor Estadístico y Investigador  
saboyafix2003@hotmail.com  
TELF.: 989946356

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO  
DICTAMINADOS POR EL JUEZ

1) ¿Está de acuerdo con las características, formas 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 (X) NO ( )

Observaciones: Algunos ítems están redactados en 2da persona

.....

Sugerencias: coincidan en la redacción en primera persona

.....

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 el constructo?

SI (X) NO ( )

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

  
NEMIAS SABOYA RIOS  
Consultor Estadístico e Investigador  
saboyafix2003@hotmail.com  
TEL: 989946356

TEL: 989946356  
saboyafix2003@hotmail.com  
Consultor Estadístico e Investigador  
NEMIAS SABOYA RIOS



INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO – SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
(JUICIO DE EXPERTO)



Nº	ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE En qué medida estás satisfecho con...	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
1	La distribución y secuencia de las asignaturas establecidas en el plan de estudios	Y		Y		Y		Y		
2	El número de estudiantes en las clases teóricas-prácticas de cada asignatura	Y		Y		Y		Y		
3	La distribución y la explicación del sílabo en el primer día de clase.	Y		Y		Y		Y		
4	Los materiales impresos y audiovisuales disponibles en las clases	Y		Y		Y		Y		
5	El contenido de los temas desarrollados en clase	Y		Y		Y		Y		
6	El nivel de exigencia del docente	Y		Y		Y		Y		
7	La comunicación de los estudiantes con el docente en el aula	Y		Y		Y		Y		
8	La asistencia a clases de los docentes	Y		Y		Y		Y		
9	La distribución de horarios de clases, exámenes, tutorías para facilitar la planificación de tu estudio	Y		Y		Y		Y		
10	La coordinación entre la teoría y la práctica de las asignaturas	Y		Y		Y		Y		
11	La metodología y la participación activa del estudiante en el aula (trabajo en grupo, resolución de proyectos)	Y		Y		Y		Y		
12	Los recursos de internet para el apoyo del aprendizaje (foros, material de consulta online)	Y		Y		Y		Y		
13	La eficacia de los medios de evaluación (exámenes, trabajos u otros)	Y		Y		Y		Y		
14	La objetividad y la revisión de las calificaciones obtenidas	Y		Y		Y		Y		
15	El apoyo y la orientación en tu aprendizaje (Tutoría de asignatura)	Y		Y		Y		Y		
16	La calidad de los docentes en general	Y		Y		Y		Y		
17	Los conocimientos teóricos propios de la carrera recibidos de los docentes hasta ahora	Y		Y		Y		Y		
18	Los cursos dirigidos y extra programáticos que ayudan a nivelar tu plan de estudios	Y		Y		Y		Y		

<sup>1</sup>Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

<sup>2</sup>En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

<sup>3</sup>El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)

<sup>4</sup>El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)

NEMIAS SOTOVA RIOS  
Consultor Estadístico e Investigador  
sotoval@peruuni.edu.pe  
TEL: 985946356

Nº	INVESTIGACIÓN En qué medida estás satisfecho con...	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
19	Los procesos para la elaboración de la tesis	X		Y		Y		Y		
20	La participación de los docentes como apoyo y guía en los proyectos de investigación (Tesis) que desarrollan los estudiantes	X		Y		Y		Y		
21	El apoyo de la escuela para la ejecución de los procesos de investigación	Y		Y		Y		Y		
22	La participación de los estudiantes en proyectos de investigación	Y		Y		Y		Y		
23	La participación de los docentes y administradores en proyectos de investigación	X		Y		Y		Y		
24	La difusión de los resultados de los trabajos de investigación desarrollada por los estudiantes, ex-alumnos y docentes		X		X		X		X	considerar la recomendación
25	El apoyo económico de tu facultad a los estudiantes que están desarrollando proyectos de investigación	Y		Y		Y		Y		
26	Los laboratorios, instrumentos, aulas y materiales para el desarrollo de proyectos de investigación.	Y		Y		Y		Y		
27	El número de horas previstas para el asesoramiento del desarrollo de la investigación requerida	Y		Y		Y		Y		
28	El respaldo y la guía convenientes, en el desarrollo de mi trabajo de investigación	Y		Y		Y		Y		
29	El nivel de exigencia en el proceso de enseñanza de investigación.	Y		Y		Y		Y		
30	La valoración que merece los docentes que participan en proyectos de investigación.	Y		Y		Y		Y		
31	La participación de los docentes y estudiantes en eventos científicos nacionales e internacionales (congresos, coloquios, jornadas, simposios)	Y		Y		Y		Y		
	<b>PROYECCIÓN SOCIAL Y EXTENSIÓN UNIVERSITARIA</b>									
	<b>En qué medida estás satisfecho con...</b>									
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
32	La percepción favorable de la sociedad sobre el impacto que tuvieron los resultados de Proyección Social y Extensión Universitaria	Y		Y		Y		Y		
33	Los proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria desarrollados en tu escuela	Y		Y		Y		Y		
34	La aceptación de los programas de Extensión Universitaria que realiza tu escuela por parte de la comunidad	Y		Y		Y		Y		
35	Las publicaciones que hace tu escuela para la integración de los estudiantes que publican y/o exponen sus proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria	Y		Y		Y		Y		
36	La participación de los docentes, administrativos y estudiantes en proyectos y programas de Proyección Social y Extensión Universitaria de la escuela	Y		Y		Y		Y		

NEMIAS SOTOVA RIOS  
Consultor Estadístico e Investigador  
sotoval@peruuni.edu.pe  
TEL: 985946356

37	La difusión de los resultados de los proyectos de extensión universitaria y proyección social de mi escuela	X		X		X					
38	La evaluación de los docentes que integran los programas de Proyección Social y Extensión Universitaria	X		X		X					
39	Los docentes competentes para Extensión Universitaria y Proyección Social	X		X		X					
40	La escuela enfoca en los problemas y necesidades de las comunidades a donde se realizan las Proyecciones Sociales y Extensión Universitaria.	X		X		X					
41	Las asignaturas que integran los programas de Proyección Social y Extensión Universitaria	X		X		X					
42	El conocimiento de los sistemas de evaluación de las actividades de Proyección Social que realizan los estudiantes de la escuela	X		X		X					
43	El avance y resultados de las actividades y proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria	X		X		X					
Nº	<b>DESARROLLO ESPIRITUAL</b>	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias	
	En qué medida estás satisfecho con...	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
	<b>Ítems o Preguntas</b>										
44	La existencia de escuelas sabáticas donde participan los estudiantes, docentes y administrativos	X		X		X		X			
45	Las semanas de énfasis espiritual	X		X		X		X			
46	Los juegos sociales dirigidos por los capellanes <sup>2</sup> coordinados con el <del>PMDE</del> <i>PMDE</i>	X		X	X	X	X	X	X	Comenzar en la semana del mes	
47	Los programas de consejería espiritual	X		X		X		X			
48	Las actividades desarrolladas del Plan Maestro de Desarrollo espiritual (PMDE)	X		X		X		X			
49	Las prácticas de valores cristianos que te ayuda en la formación académica <i>no!</i>	X		X		X		X			
50	El desarrollo de <del>mi</del> perfil profesional y tu vida al conocer el principio, la creencia y el valor	X		X		X		X			
51	Los consejeros que dirigen los pastores para el beneficio del estudiante	X		X		X		X			
52	Las visitas e interés que tienen los capellanes en el bienestar de tu vida	X		X		X		X			
53	El PMDE para definir las metas que establezco en mi vida	X		X		X		X			
54	El programa de PMDE al decidir <del>la</del> orientación general en la vida	X		X		X		X			
55	El involucramiento de los estudiantes, docentes y administradores en los diversos de programas (deportes, Actividades sociales y espirituales)	X		X		X		X			

<sup>1</sup>Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

<sup>2</sup>En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

<sup>3</sup>El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)

<sup>4</sup>El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)

NEMIAS SABOYA RIOS  
Consultor Educativo e Investigador  
saboya@unperu.edu.pe  
TEL: 0991421356



INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO - CALIDAD DE SERVICIO  
(JUICIO DE EXPERTO)



Nº	<b>Competencia del cuerpo docente</b>	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
	Ítems o Preguntas	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	El nivel de los conocimientos teóricos de los docentes	X		X		X		X		
2	El nivel de los conocimientos prácticos	X		X		X		X		
3	La actualización, con los últimos conocimientos de los docentes	X		X		X		X		
4	La capacidad para transmitir los conocimientos de los docentes	X		X		X		X		
5	La explicación de conocimientos de los docentes	X		X		X		X		
6	La orientación hacia el trabajo autónomo de los estudiantes por parte de los docentes	X		X		X		X		
7	La orientación hacia el trabajo colaborativo de los estudiantes por parte de los docentes	X		X		X		X		
8	La eficiencia de los docentes para desarrollar las acciones pedagógicas	X		X		X		X		
Nº	<b>Organización de la enseñanza de la carrera</b>	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
	Ítems o Preguntas	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
9	La integración adecuada entre contenidos teóricos y prácticos	X		X		X		X		
10	La estimulación del desarrollo de capacidades de los estudiantes durante la carrera	X		X		X		X		
11	Los horarios de clases adecuados a las necesidades de los estudiantes	X		X		X		X		
12	El número de estudiantes por clase para los procesos de enseñanza aprendizaje	X		X		X		X		
13	Los contenidos enseñados concordantes con el perfil profesional de egreso	X		X		X		X		
14	El cumplimiento de las expectativas que se tenía al iniciar la carrera	X		X		X		X		
15	El currículo por competencias (contenidos, actividades y prácticas)	X		X		X		X		
16	La metodología docente (recursos, estrategias didácticas, actividades complementarias)	X		X		X		X		
17	La evaluación del aprendizaje (procedimientos, criterios, resultados y revisión de exámenes)	X		X		X		X		

NEMIAS SABOYA RIOS  
Consultor Educativo e Investigador  
saboya@unperu.edu.pe  
TEL: 0991421356

Nº	Comunicación y clima organizacional	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
18	Los procesos y canales de comunicación entre los públicos de la comunidad universitaria	X		X		X		X		
19	Los espacios existentes para expresar opiniones	X		X		X		X		
20	El tratamiento de <del>quejas</del> sugerencias sobre diferentes aspectos de los servicios universitarios	X		X		X		X		
21	El clima de convivencia y relaciones humanas	X		X		X		X		
22	El trato recibido por todo el personal implicado en la institución	X		X		X		X		
23	Las soluciones y alternativas que se aplican para resolver dificultades	X		X		X		X		
24	Las actividades de mejora e innovación aplicadas	X		X		X		X		
Nº	Actitud y comportamiento del cuerpo docente	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
25	La participación de los estudiantes en las clases	X		X		X		X		
26	El trabajo en equipo de los docentes para mejorar los resultados	X		X		X		X		
27	La disponibilidad de los docentes para orientar al estudiante cuando sea necesarios	X		X		X		X		
28	La comunicación entre profesores y estudiantes	X		X		X		X		
29	El uso de los resultados de las evaluaciones	X		X		X		X		
30	El trato recibido de los docentes	X		X		X		X		
Nº	Instalaciones y equipamiento	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
31	Las condiciones de las aulas para la docencia	X		X		X		X		
32	La bibliografía disponible <i>física y digital</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	
33	Las instalaciones físicas para el desarrollo del aprendizaje	X		X		X		X		
34	La motivación del aprendizaje de contenidos por parte de los docentes	X		X		X		X		
35	Las instalaciones y su mantenimiento	X		X		X		X		
Nº	Evaluaciones	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
36	La utilidad de los materiales entregado por los docentes a los estudiantes	X		X		X		X		
37	La evaluación de los conocimientos de los estudiantes por parte de los docentes	X		X		X		X		
38	El cumplimiento de las tutorías por los docentes	X		X		X		X		

NEMIAS SOTOVA RÍOS  
 Consultora e Investigadora  
 saboya@nemas.com  
 TEL. 00519463356

Nº	Asignaturas optativas	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
39	Los profesionales para las asignaturas obligatorias y <del>optativas</del>	X	X	X	X	X	X	X	X	<i>Asignaturas optativas</i>
40	La oferta amplia de talleres en educación la vida	X		X		X		X		
Nº	Efectividad procesos administrativos	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
41	La agilidad de los procesos administrativos (matriculación, titulación, convalidaciones y trámites varios)	X		X		X		X		
42	La administración para solucionar problemas	X		X		X		X		

NEMIAS SOTOVA RÍOS  
 Consultora e Investigadora  
 saboya@nemas.com  
 TEL. 00519463356

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO  
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad la percepción de calidad del servicio y la satisfacción del cliente, el mismo será aplicado a los estudiantes de la E.A.P de Administración de la Universidad Peruana Unión, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación del instrumento titulado: "Calidad del servicio percibido y satisfacción del cliente de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión, sede Lima-2014"

**Instrucciones**


La evaluación requiere de lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos ha: **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 si hubiera.

Juez Nº: \_\_\_\_\_ Fecha actual: \_\_\_\_\_

Nombres y apellidos del Juez: RAÚL CHRISTIAN ACUÑA SALINAS

Institución donde labora: UPU

Años de experiencia profesional o científica: 12

  
Firma y Sello  
DNI: 10173524

**CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO  
DICTAMINADOS POR EL JUEZ**

1) ¿Está de acuerdo con las características, formas de aplicación y estructura del instrumento?

SI ( ) NO ( )

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

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

SI ( ) NO ( )

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del instrumento?

SI ( ) NO ( )

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

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

SI ( ) NO ( )

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

5) ¿Las opciones de respuesta están suficientemente graduados y pertinentes para cada ítem o reactivo del Instrumento?

SI ( ) NO ( )

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

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

SI ( ) NO ( )

Observaciones:.....

Sugerencias:.....



INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO – SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
(JUICIO DE EXPERTO)



Nº	ENSEÑANSA Y APRENDIZAJE En qué medida estás satisfecho con...	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
1	La distribución y secuencia de las asignaturas establecidas en el plan de estudios	✓		✓		✓		✓		
2	El número de estudiantes en las clases teóricos-prácticas de cada asignatura	✓		✓		✓		✓		
3	La distribución y la explicación del sílabo en el primer día de clase.	✓		✓		✓		✓		
4	Los materiales impresos y audiovisuales disponibles en las clases	✓		✓		✓		✓		
5	El contenido de los temas desarrollados en clase	✓		✓		✓		✓		
6	El nivel de exigencia del docente	✓		✓		✓		✓		
7	La comunicación de los estudiantes con el docente en el aula	✓		✓		✓		✓		
8	La asistencia a clases de los docentes	✓		✓		✓		✓		
9	La distribución de horarios de clases, exámenes, tutorías para facilitar la planificación de tu estudio	✓		✓		✓		✓		
10	La coordinación entre la teoría y la práctica de las asignaturas	✓		✓		✓		✓		
11	La metodología y la participación activa del estudiante en el aula (trabajo en grupo, resolución de proyectos )	✓		✓		✓		✓		
12	Los recursos de internet para el apoyo del aprendizaje (foros, material de consulta online)	✓		✓		✓		✓		
13	La eficacia de los medios de evaluación (exámenes, trabajos u otros)	✓		✓		✓		✓		
14	La objetividad y la revisión de las calificaciones obtenidas	✓		✓		✓		✓		
15	El apoyo y la orientación en tu aprendizaje (Tutoría de asignatura)	✓		✓		✓		✓		
16	La calidad de los docentes en general	✓		✓		✓		✓		
17	Los conocimientos teóricos propios de la carrera recibidos de los docentes hasta ahora	✓		✓		✓		✓		
18	Los cursos dirigidos y extra programáticos que ayudan a nivelar tu plan de estudios	✓		✓		✓		✓		

<sup>1</sup>Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

<sup>2</sup>El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)

<sup>3</sup>En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

<sup>4</sup>El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)

Nº	INVESTIGACIÓN En qué medida estás satisfecho con...	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
19	Los procesos para la elaboración de la tesis	✓		✓		✓		✓		
20	La participación de los docentes como apoyo y guía en los proyectos de investigación (Tesis) que desarrollan los estudiantes	✓		✓		✓		✓		
21	El apoyo de tu escuela para la ejecución de los procesos de investigación	✓		✓		✓		✓		
22	La participación de los estudiantes en proyectos de investigación	✓		✓		✓		✓		
23	La participación de los docentes y administradores en proyectos de investigación	✓		✓		✓		✓		
24	La difusión de los resultados de los trabajos de investigación desarrollada por los estudiantes, ex-alumnos y docentes.	✓		✓		✓		✓		
25	El apoyo económico de tu facultad a los estudiantes que están desarrollando proyectos de investigación	✓		✓		✓		✓		
26	Los laboratorios, instrumentos, aulas y materiales para el desarrollo de proyectos de investigación.	✓		✓		✓		✓		
27	El número de horas previstas para el asesoramiento del desarrollo de la investigación requerida.	✓		✓		✓		✓		
28	El respaldo y la guía convenientes, en el desarrollo de mi trabajo de investigación	✓		✓		✓		✓		
29	El nivel de exigencia en el proceso de enseñanza de investigación.	✓		✓		✓		✓		
30	La valoración que merece los docentes que participan en proyectos de investigación.	✓		✓		✓		✓		
31	La participación de los docentes y estudiantes en eventos científicos nacionales e internacionales (congresos, coloquios, jornadas, simposios)	✓		✓		✓		✓		
	<b>PROYECCIÓN SOCIAL Y EXTENSION UNIVERSITARIA</b> En qué medida estás satisfecho con...									
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
32	La percepción favorable de la sociedad sobre el impacto que tuvieron los resultados de Proyección Social y Extensión Universitaria	✓		✓		✓		✓		
33	Los proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria desarrollados en tu escuela	✓		✓		✓		✓		
34	La aceptación de los programas de Extensión Universitaria que realiza tu escuela por parte de la comunidad	✓		✓		✓		✓		
35	Las publicaciones que hace tu escuela para la integración de los estudiantes que publican y/o exponen sus proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria	✓		✓		✓		✓		
36	La participación de los docentes, administrativos y estudiantes en proyectos y programas de Proyección Social y Extensión Universitaria de la escuela	✓		✓		✓		✓		

37	La difusión de los resultados de los proyectos de extensión universitaria y proyección social de mi escuela	✓		✓		✓		✓		
38	La evaluación de los docentes que integran los programas de Proyección Social y Extensión Universitaria	✓		✓		✓		✓		
39	Los docentes competentes para Extensión Universitaria y Proyección Social	✓		✓		✓		✓		
40	La escuela enfoca en los problemas y necesidades de las comunidades a donde se realizan las Proyecciones Sociales y Extensión Universitaria	✓		✓		✓		✓		
41	Las asignaturas que integran los programas de Proyección Social y Extensión Universitaria	✓		✓		✓		✓		
42	El conocimiento de los sistemas de evaluación de las actividades de Proyección Social que realizan los estudiantes de la escuela.	✓				✓		✓		
43	El avance y resultados de las actividades y proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria	✓		✓		✓		✓		
<b>DESARROLLO ESPIRITUAL</b>										
<b>Nº</b>	<b>En qué medida estás satisfecho con...</b>	<b>Claridad<sup>1</sup></b>		<b>Congruencia<sup>2</sup></b>		<b>Contexto<sup>3</sup></b>		<b>Dominio del constructo<sup>4</sup></b>		<b>Sugerencias</b>
	<b>Ítems o Preguntas</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
44	La existencia de escuelas sabáticas donde participan los estudiantes, docentes y administrativos	✓		✓		✓		✓		
45	Las semanas de énfasis espiritual	✓		✓		✓		✓		
46	Los juegos sociales dirigidos por los capellanes	✓		✓		✓		✓		
47	Los programas de consejería espiritual	✓		✓		✓		✓		
48	Las actividades desarrolladas del Plan Maestro de Desarrollo espiritual (PMDE)	✓		✓		✓		✓		
49	Las prácticas de valores cristianos que te ayuda en la formación académica	✓		✓		✓		✓		
50	El desarrollo de tu perfil profesional y tu vida al conocer el principio, la creencia y el valor	✓		✓		✓		✓		
51	Las consejerías que dirigen los pastores para el beneficio del estudiante	✓		✓		✓		✓		
52	Las visitas e interés que tienen los capellanes en el bienestar de tu vida	✓		✓		✓		✓		
53	El PMDE para definir las metas que estableciste en mi vida	✓		✓		✓		✓		
54	El programa de PMDE al decidir tu orientación general en la vida	✓		✓		✓		✓		
55	El involucramiento de los estudiantes, docentes y administradores en los diversos de programas (deportes, Actividades sociales y espirituales)	✓		✓		✓		✓		

<sup>1</sup>Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

<sup>3</sup>En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

<sup>2</sup>El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)

<sup>4</sup>El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)

Nº	GESTIÓN ACADÉMICA En qué medida estas satisfecho con...	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
56	El trato y la eficacia de las secretarías de tu escuela	✓		✓		✓		✓		
57	La atención y amabilidad del personal en general de tu escuela	✓		✓		✓		✓		
58	Los horarios de atención.	✓		✓		✓		✓		
59	La bolsa de trabajo que tienen para los estudiantes	✓		✓		✓		✓		
60	La información y formación de los programas de pasantías	✓		✓		✓		✓		
61	La información y formación sobre representación estudiantil (consejo universitario y asamblea universitaria)	✓		✓		✓		✓		
62	Las fuentes y canales de información sobre el funcionamiento cotidiano de tu escuela	✓		✓		✓		✓		
63	La información sobre las ayudas económicas	✓		✓		✓		✓		
64	La información sobre las convocatorias de becas de colaboración en tu escuela	✓		✓		✓		✓		
65	El correo electrónico UPeU, WIFI, Web UPeU	✓		✓		✓		✓		
66	Las consultas administrativas, y las matrículas online	✓		✓		✓		✓		
67	La disponibilidad de ambientes de lecturas y estudio	✓		✓		✓		✓		
68	La limpieza de los laboratorios de computación de la escuela	✓		✓		✓		✓		
69	La ventilación de las aulas de tu escuela	✓		✓		✓		✓		
70	La comodidad del mobiliario de tu escuela	✓		✓		✓		✓		

<sup>1</sup>Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

<sup>3</sup>En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

<sup>2</sup>El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)

<sup>4</sup>El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)



INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO – CALIDAD DE SERVICIO  
(JUICIO DE EXPERTO)



Nº	Competencia del cuerpo docente	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
1	El nivel de los conocimientos teóricos de los docentes	✓		✓		✓		✓		
2	El nivel de los conocimientos prácticos	✓		✓		✓		✓		
3	La actualización, con los últimos conocimientos de los docentes	✓		✓		✓		✓		
4	La capacidad para transmitir los conocimientos de los docentes	✓		✓		✓		✓		
5	La explicación de conocimientos de los docentes	✓		✓		✓		✓		
6	La orientación hacia el trabajo autónomo de los estudiantes por parte de los docentes	✓		✓		✓		✓		
7	La orientación hacia el trabajo colaborativo de los estudiantes por parte de los docentes	✓		✓		✓		✓		
8	La eficiencia de los docentes para desarrollar las acciones pedagógicas	✓		✓		✓		✓		

Nº	Organización de la enseñanza de la carrera	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
9	La integración adecuada entre contenidos teóricos y prácticos	✓		✓		✓		✓		
10	La estimulación del desarrollo de capacidades de los estudiantes durante la carrera	✓		✓		✓		✓		
11	Los horarios de clases adecuados a las necesidades de los estudiantes	✓		✓		✓		✓		
12	El número de estudiantes por clase para los procesos de enseñanza aprendizaje	✓		✓		✓		✓		
13	Los contenidos enseñados concordantes con el perfil profesional de egreso	✓		✓		✓		✓		
14	El cumplimiento de las expectativas que se tenía al iniciar la carrera	✓		✓		✓		✓		
15	El currículo por competencias (contenidos, actividades y prácticas)	✓		✓		✓		✓		
16	La metodología docente (recursos, estrategias didácticas, actividades complementarias)	✓		✓		✓		✓		
17	La evaluación del aprendizaje (procedimientos, criterios, resultados y revisión de exámenes)	✓		✓		✓		✓		

Nº	Comunicación y clima organizacional	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
18	Los procesos y canales de comunicación entre los públicos de la comunidad universitaria	✓		✓		✓		✓		
19	Los espacios existentes para expresar opiniones	✓		✓		✓		✓		
20	El tratamiento de quejas o sugerencias sobre diferentes aspectos de los servicios universitarios	✓		✓		✓		✓		
21	El clima de convivencia y relaciones humanas	✓		✓		✓		✓		
22	El trato recibido por todo el personal implicado en la institución	✓		✓		✓		✓		
23	Las soluciones y alternativas que se aplican para resolver dificultades	✓		✓		✓		✓		
24	Las actividades de mejora e innovación aplicadas	✓		✓		✓		✓		
	<b>Actitud y comportamiento del cuerpo docente</b>									
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
25	La participación de los estudiantes en las clases	✓		✓		✓		✓		
26	El trabajo en equipo de los docentes para mejorar los resultados	✓		✓		✓		✓		
27	La disponibilidad de los docentes para orientar al estudiante cuando sea necesario	✓		✓		✓		✓		
28	La comunicación entre profesores y estudiantes	✓		✓		✓		✓		
29	El uso de los resultados de las evaluaciones	✓		✓		✓		✓		
30	El trato recibido de los docentes	✓		✓		✓		✓		
	<b>Instalaciones y equipamiento</b>									
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
31	Las condiciones de las aulas para la docencia	✓		✓		✓		✓		
32	La bibliografía disponible	✓		✓		✓		✓		
33	Las instalaciones físicas para el desarrollo del aprendizaje	✓		✓		✓		✓		
34	La motivación del aprendizaje de contenidos por parte de los docentes	✓		✓		✓		✓		
35	Las instalaciones y su mantenimiento	✓		✓		✓		✓		
	<b>Evaluaciones</b>									
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
36	La utilidad de los materiales entregado por los docentes a los estudiantes	✓		✓		✓		✓		
37	La evaluación de los conocimientos de los estudiantes por parte de los docentes	✓		✓		✓		✓		
38	El cumplimiento de las tutorías por los docentes	✓		✓		✓		✓		

Nº	Asignaturas optativas Ítems o Preguntas	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
39	Los profesionales para las asignaturas obligatorias y optativas	✓		✓		✓		✓		
40	La oferta amplia de talleres en educación la vida	✓		✓		✓		✓		

Nº	Efectividad procesos administrativos Ítems o Preguntas	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
41	La agilidad de los procesos administrativos (matriculación, titulación, convalidaciones y trámites varios)	✓		✓		✓		✓		
42	La administración para solucionar problemas	✓		✓		✓		✓		

**Dr. Donald Jaimes**

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO  
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad la percepción de calidad del servicio y la satisfacción del cliente, el mismo será aplicado a los estudiantes de la E.A.P de Administración de la Universidad Peruana Unión, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación del instrumento titulado: "Calidad del servicio percibido y satisfacción del cliente de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión, sede Lima-2014"

**Instrucciones**


La evaluación requiere de lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos ha: **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 si hubiera.

Juez Nº: \_\_\_\_\_ Fecha actual: 02-12-14

Nombres y apellidos del Juez: DONALD JAIMES ZUBIEA

Institución donde labora: UPEU

Años de experiencia profesional o científica: MÁS DE 20 AÑOS

  
 Firma y Sello  
 DNI: 1499368

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO  
DICTAMINADOS POR EL JUEZ

1) ¿Está de acuerdo con las características, formas de aplicación y estructura del instrumento?

SI (✓) NO ( )

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

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

SI (✓) NO ( )

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del instrumento?

SI (✓) NO ( )

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

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

SI ( ) NO (✓)

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

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

SI (✓) NO ( )

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

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

SI (✓) NO ( )

Observaciones:.....

Sugerencias:.....





INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO – SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
(JUICIO DE EXPERTO)



Nº	ENSEÑANSA Y APRENDIZAJE En qué medida estás satisfecho con... Ítems o Preguntas	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	La distribución y secuencia de las asignaturas establecidas en el plan de estudios	✓		✓		✓		✓		
2	El número de estudiantes en las clases teóricas-prácticas de cada asignatura	✓		✓		✓		✓		
3	La distribución y la explicación del sílabo en el primer día de clase.	✓		✓		✓		✓		
4	Los materiales impresos y audiovisuales disponibles en las clases	✓		✓		✓		✓		
5	El contenido de los temas desarrollados en clase	✓		✓		✓		✓		
6	El nivel de exigencia del docente	✓		✓		✓		✓		
7	La comunicación de los estudiantes con el docente en el aula	✓		✓		✓		✓		
8	La asistencia a clases de los docentes	✓		✓		✓		✓		
9	La distribución de horarios de clases, exámenes, tutorías para facilitar la planificación de tu estudio	✓		✓		✓		✓		
10	La coordinación entre la teoría y la práctica de las asignaturas	✓		✓		✓		✓		
11	La metodología y la participación activa del estudiante en el aula (trabajo en grupo, resolución de proyectos)	✓		✓		✓		✓		
12	Los recursos de internet para el apoyo del aprendizaje (foros, material de consulta online)	✓		✓		✓		✓		
13	La eficacia de los medios de evaluación (exámenes, trabajos u otros)	✓		✓		✓		✓		
14	La objetividad y la revisión de las calificaciones obtenidas	✓		✓		✓		✓		
15	El apoyo y la orientación en tu aprendizaje (Tutoría de asignatura)	✓		✓		✓		✓		
16	La calidad de los docentes en general	✓		✓		✓		✓		
17	Los conocimientos teóricos propios de la carrera recibidos de los docentes hasta ahora	✓		✓		✓		✓		
18	Los cursos dirigidos y extra programáticos que ayudan a nivelar tu plan de estudios	✓		✓		✓		✓		

<sup>1</sup>Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

<sup>2</sup>El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)

<sup>3</sup>En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

<sup>4</sup>El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)

Nº	INVESTIGACIÓN En qué medida estás satisfecho con... Ítems o Preguntas	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
19	Los procesos para la elaboración de la tesis	✓		✓		✓		✓		
20	La participación de los docentes como apoyo y guía en los proyectos de investigación (Tesis) que desarrollan los estudiantes	✓		✓		✓		✓		
21	El apoyo de tu escuela para la ejecución de los procesos de investigación	✓		✓		✓		✓		
22	La participación de los estudiantes en proyectos de investigación	✓		✓		✓		✓		
23	La participación de los docentes y administradores en proyectos de investigación	✓		✓		✓		✓		
24	La difusión de los resultados de los trabajos de investigación desarrollada por los estudiantes, ex-alumnos y docentes.	✓		✓		✓		✓		
25	El apoyo económico de tu facultad a los estudiantes que están desarrollando proyectos de investigación	✓		✓		✓		✓		
26	Los laboratorios, instrumentos, aulas y materiales para el desarrollo de proyectos de investigación.	✓		✓		✓		✓		
27	El número de horas previstas para el asesoramiento del desarrollo de la investigación requerida.	✓		✓		✓		✓		
28	El respaldo y la guía convenientes, en el desarrollo de mi trabajo de investigación	✓		✓		✓		✓		
29	El nivel de exigencia en el proceso de enseñanza de investigación.	✓		✓		✓		✓		
30	La valoración que merece los docentes que participan en proyectos de investigación.	✓		✓		✓		✓		
31	La participación de los docentes y estudiantes en eventos científicos nacionales e internacionales (congresos, coloquios, jornadas, simposios)	✓		✓		✓		✓		
Nº	PROYECCIÓN SOCIAL Y EXTENSION UNIVERSITARIA En qué medida estás satisfecho con... Ítems o Preguntas	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
32	La percepción favorable de la sociedad sobre el impacto que tuvieron los resultados de Proyección Social y Extensión Universitaria	✓		✓		✓		✓		
33	Los proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria desarrollados en tu escuela	✓		✓		✓		✓		
34	La aceptación de los programas de Extensión Universitaria que realiza tu escuela por parte de la comunidad	✓		✓		✓		✓		
35	Las publicaciones que hace tu escuela para la integración de los estudiantes que publican y/o exponen sus proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria	✓		✓		✓		✓		
36	La participación de los docentes, administrativos y estudiantes en proyectos y programas de Proyección Social y Extensión Universitaria de la escuela	✓		✓		✓		✓		

37	La difusión de los resultados de los proyectos de extensión universitaria y proyección social de mi escuela	/	/	/	/					
38	La evaluación de los docentes que integran los programas de Proyección Social y Extensión Universitaria	/	/	/	/					
39	Los docentes competentes para Extensión Universitaria y Proyección Social	/	/	/	/					
40	La escuela enfoca en los problemas y necesidades de las comunidades a donde se realizan las Proyecciones Sociales y Extensión Universitaria.	/	/	/	/					
41	Las asignaturas que integran los programas de Proyección Social y Extensión Universitaria	/	/	/	/					
42	El conocimiento de los sistemas de evaluación de las actividades de Proyección Social que realizan los estudiantes de la escuela.	/	/	/	/					
43	El avance y resultados de las actividades y proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria	/	/	/	/					
Nº	<b>DESARROLLO ESPIRITUAL</b>	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
	<b>En qué medida estás satisfecho con...</b>	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
44	La existencia de escuelas sabáticas donde participan los estudiantes, docentes y administrativos	/	/	/	/	/	/	/	/	
45	Las semanas de énfasis espiritual	/	/	/	/	/	/	/	/	
46	Los juegos sociales dirigidos por los capellanes	/	/	/	/	/	/	/	/	
47	Los programas de consejería espiritual	/	/	/	/	/	/	/	/	
48	Las actividades desarrolladas del Plan Maestro de Desarrollo espiritual (PMDE)	/	/	/	/	/	/	/	/	
49	Las prácticas de valores cristianos que te ayuda en la formación académica	/	/	/	/	/	/	/	/	
50	El desarrollo de tu perfil profesional y tu vida al conocer el principio, la creencia y el valor	/	/	/	/	/	/	/	/	
51	Las consejerías que dirigen los pastores para el beneficio del estudiante	/	/	/	/	/	/	/	/	
52	Las visitas e interés que tienen los capellanes en el bienestar de tu vida	/	/	/	/	/	/	/	/	
53	El PMDE para definir las metas que estableciste en mi vida	/	/	/	/	/	/	/	/	
54	El programa de PMDE al decidir tu orientación general en la vida	/	/	/	/	/	/	/	/	
55	El involucramiento de los estudiantes, docentes y administradores en los diversos de programas (deportes, Actividades sociales y espirituales)	/	/	/	/	/	/	/	/	

<sup>1</sup>Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

<sup>2</sup>El ítem tiene relación con el constructo (Compresión Oral de Estructuras Gramaticales)

<sup>3</sup>En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

<sup>4</sup>El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)

Nº	GESTIÓN ACADÉMICA En qué medida estas satisfecho con...	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
56	El trato y la eficacia de las secretarías de tu escuela	/	/	/	/	/	/	/	/	
57	La atención y amabilidad del personal en general de tu escuela.	/	/	/	/	/	/	/	/	
58	Los horarios de atención.	/	/	/	/	/	/	/	/	
59	La bolsa de trabajo que tienen para los estudiantes	/	/	/	/	/	/	/	/	
60	La información y formación de los programas de pasantías	/	/	/	/	/	/	/	/	
61	La información y formación sobre representación estudiantil (consejo universitario y asamblea universitaria )	/	/	/	/	/	/	/	/	
62	Las fuentes y canales de información sobre el funcionamiento cotidiano de tu escuela	/	/	/	/	/	/	/	/	
63	La información sobre las ayudas económicas	/	/	/	/	/	/	/	/	
64	La información sobre las convocatorias de becas de colaboración en tu escuela	/	/	/	/	/	/	/	/	
65	El correo electrónico UPeU, WIFI, Web UPeU	/	/	/	/	/	/	/	/	
66	Las consultas administrativas, y las matrículas online	/	/	/	/	/	/	/	/	
67	La disponibilidad de ambientes de lecturas y estudio	/	/	/	/	/	/	/	/	
68	La limpieza de los laboratorios de computación de la escuela	/	/	/	/	/	/	/	/	
69	La ventilación de las aulas de tu escuela	/	/	/	/	/	/	/	/	
70	La comodidad del mobiliario de tu escuela	/	/	/	/	/	/	/	/	

<sup>1</sup>Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

<sup>2</sup>El ítem tiene relación con el constructo (Compresión Oral de Estructuras Gramaticales)

<sup>3</sup>En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

<sup>4</sup>El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)



INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO – CALIDAD DE SERVICIO  
(JUICIO DE EXPERTO)



UNA INSTITUCIÓN ADVERTIDA

Nº	Competencia del cuerpo docente	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
1	El nivel de los conocimientos teóricos de los docentes	✓		✓		✓		✓		
2	El nivel de los conocimientos prácticos	✓		✓		✓		✓		
3	La actualización, con los últimos conocimientos de los docentes	✓		✓		✓		✓		
4	La capacidad para transmitir los conocimientos de los docentes	✓		✓		✓		✓		
5	La explicación de conocimientos de los docentes	✓		✓		✓		✓		
6	La orientación hacia el trabajo autónomo de los estudiantes por parte de los docentes	✓		✓		✓		✓		
7	La orientación hacia el trabajo colaborativo de los estudiantes por parte de los docentes	✓		✓		✓		✓		
8	La eficiencia de los docentes para desarrollar las acciones pedagógicas	✓		✓		✓		✓		

Nº	Organización de la enseñanza de la carrera	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
9	La integración adecuada entre contenidos teóricos y prácticos	✓		✓		✓		✓		
10	La estimulación del desarrollo de capacidades de los estudiantes durante la carrera	✓		✓		✓		✓		
11	Los horarios de clases adecuados a las necesidades de los estudiantes	✓		✓		✓		✓		
12	El número de estudiantes por clase para los procesos de enseñanza aprendizaje	✓		✓		✓		✓		
13	Los contenidos enseñados concordantes con el perfil profesional de egreso	✓		✓		✓		✓		
14	El cumplimiento de las expectativas que se tenía al iniciar la carrera	✓		✓		✓		✓		
15	El currículo por competencias (contenidos, actividades y prácticas)	✓		✓		✓		✓		
16	La metodología docente (recursos, estrategias didácticas, actividades complementarias)	✓		✓		✓		✓		
17	La evaluación del aprendizaje (procedimientos, criterios, resultados y revisión de exámenes)	✓		✓		✓		✓		

Nº	Comunicación y clima organizacional	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
18	Los procesos y canales de comunicación entre los públicos de la comunidad universitaria	✓		✓		✓		✓		
19	Los espacios existentes para expresar opiniones	✓		✓		✓		✓		
20	El tratamiento de quejas o sugerencias sobre diferentes aspectos de los servicios universitarios	✓		✓		✓		✓		
21	El clima de convivencia y relaciones humanas	✓		✓		✓		✓		
22	El trato recibido por todo el personal implicado en la institución	✓		✓		✓		✓		
23	Las soluciones y alternativas que se aplican para resolver dificultades	✓		✓		✓		✓		
24	Las actividades de mejora e innovación aplicadas	✓		✓		✓		✓		
Nº	Actitud y comportamiento del cuerpo docente	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
25	La participación de los estudiantes en las clases	✓		✓		✓		✓		
26	El trabajo en equipo de los docentes para mejorar los resultados	✓		✓		✓		✓		
27	La disponibilidad de los docentes para orientar al estudiante cuando sea necesarios	✓		✓		✓		✓		
28	La comunicación entre profesores y estudiantes	✓		✓		✓		✓		
29	El uso de los resultados de las evaluaciones	✓		✓		✓		✓		
30	El trato recibido de los docentes	✓		✓		✓		✓		
Nº	Instalaciones y equipamiento	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
31	Las condiciones de las aulas para la docencia	✓		✓		✓		✓		
32	La bibliografía disponible	✓		✓		✓		✓		
33	Las instalaciones físicas para el desarrollo del aprendizaje	✓		✓		✓		✓		
34	La motivación del aprendizaje de contenidos por parte de los docentes	✓		✓		✓		✓		
35	Las instalaciones y su mantenimiento	✓		✓		✓		✓		
Nº	Evaluaciones	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
36	La utilidad de los materiales entregado por los docentes a los estudiantes	✓		✓		✓		✓		
37	La evaluación de los conocimientos de los estudiantes por parte de los docentes	✓		✓		✓		✓		
38	El cumplimiento de las tutorías por los docentes	✓		✓		✓		✓		

Nº	Asignaturas optativas	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
39	Los profesionales para las asignaturas obligatorias y optativas	✓		✓		✓		✓		
40	La oferta amplia de talleres en educación la vida	✓		✓		✓		✓		

Nº	Efectividad procesos administrativos	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
41	La agilidad de los procesos administrativos (matriculación, titulación, convalidaciones y trámites varios)	✓		✓		✓		✓		
42	La administración para solucionar problemas	✓		✓		✓		✓		

*(Handwritten mark)*

**Dr. Raul Acuña Casa**

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO  
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad la percepción de calidad del servicio y la satisfacción del cliente, el mismo será aplicado a los estudiantes de la E.A.P de Administración de la Universidad Peruana Unión, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación del instrumento titulado: "Calidad del servicio percibido y satisfacción del cliente de la EAP de Administración de la Universidad Peruana Unión, sede Lima-2014"

**Instrucciones**

La evaluación requiere de lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos ha: **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 si hubiera.

Juez Nº: \_\_\_\_\_ Fecha actual: 2/12/2014

Nombres y apellidos del Juez: Raul Acuña Casa

Institución donde labora: Facultad de Ciencias Empresariales

Años de experiencia profesional o científica: 30 años

  
Firma y Sello

DNI: \_\_\_\_\_

**CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO  
DICTAMINADOS POR EL JUEZ**

1) ¿Está de acuerdo con las características, formas de aplicación y estructura del instrumento?

SI (  )                      NO ( )

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

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

SI (  )                      NO ( )

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del instrumento?

SI ( )                      NO (  )

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

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

SI ( )                      NO (  )

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

5) ¿Las opciones de respuesta están suficientemente graduados y pertinentes para cada ítem o reactivo del Instrumento?

SI (  )                      NO ( )

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

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

SI (  )                      NO ( )

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....



INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO – SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
(JUICIO DE EXPERTO)



Nº	ENSEÑANSA Y APRENDIZAJE En qué medida estás satisfecho con... Ítems o Preguntas	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	La distribución y secuencia de las asignaturas establecidas en el plan de estudios	✓		✓		✓		✓		
2	El número de estudiantes en las clases teóricas-prácticas de cada asignatura	✓		✓		✓		✓		
3	La distribución y la explicación del sílabo en el primer día de clase.	✓		✓		✓		✓		
4	Los materiales impresos y audiovisuales disponibles en las clases	✓		✓		✓		✓		
5	El contenido de los temas desarrollados en clase	✓		✓		✓		✓		
6	El nivel de exigencia del docente	✓		✓		✓		✓		
7	La comunicación de los estudiantes con el docente en el aula	✓		✓		✓		✓		
8	La asistencia a clases de los docentes	✓		✓		✓		✓		
9	La distribución de horarios de clases, exámenes, tutorías para facilitar la planificación de tu estudio	✓		✓		✓		✓		
10	La coordinación entre la teoría y la práctica de las asignaturas	✓		✓		✓		✓		
11	La metodología y la participación activa del estudiante en el aula (trabajo en grupo, resolución de proyectos)	✓		✓		✓		✓		
12	Los recursos de internet para el apoyo del aprendizaje (foros, material de consulta online)	✓		✓		✓		✓		
13	La eficacia de los medios de evaluación (exámenes, trabajos u otros)	✓		✓		✓		✓		
14	La objetividad y la revisión de las calificaciones obtenidas	✓		✓		✓		✓		
15	El apoyo y la orientación en tu aprendizaje (Tutoría de asignatura)	✓		✓		✓		✓		
16	La calidad de los docentes en general	✓		✓		✓		✓		
17	Los conocimientos teóricos propios de la carrera recibidos de los docentes hasta ahora	✓		✓		✓		✓		
18	Los cursos dirigidos y extra programáticos que ayudan a nivelar tu plan de estudios	✓		✓		✓		✓		

<sup>1</sup>Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

<sup>2</sup>El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)

<sup>3</sup>En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

<sup>4</sup>El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)

Nº	INVESTIGACIÓN En qué medida estás satisfecho con... Ítems o Preguntas	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
19	Los procesos para la elaboración de la tesis									
20	La participación de los docentes como apoyo y guía en los proyectos de investigación (Tesis) que desarrollan los estudiantes	✓		✓		✓		✓		
21	El apoyo de tu escuela para la ejecución de los procesos de investigación	✓		✓		✓		✓		
22	La participación de los estudiantes en proyectos de investigación	✓		✓		✓		✓		
23	La participación de los docentes y administradores en proyectos de investigación	✓		✓		✓		✓		
24	La difusión de los resultados de los trabajos de investigación desarrollada por los estudiantes, ex-alumnos y docentes.	✓		✓		✓		✓		
25	El apoyo económico de tu facultad a los estudiantes que están desarrollando proyectos de investigación	✓		✓		✓		✓		
26	Los laboratorios, instrumentos, aulas y materiales para el desarrollo de proyectos de investigación.	✓		✓		✓		✓		
27	El número de horas previstas para el asesoramiento del desarrollo de la investigación requerida.	✓		✓		✓		✓		
28	El respaldo y la guía convenientes, en el desarrollo de mi trabajo de investigación	✓		✓		✓		✓		
29	El nivel de exigencia en el proceso de enseñanza de investigación.	✓		✓		✓		✓		
30	La valoración que merece los docentes que participan en proyectos de investigación.	✓		✓		✓		✓		
31	La participación de los docentes y estudiantes en eventos científicos nacionales e internacionales (congresos, coloquios, jornadas, simposios)	✓		✓		✓		✓		
Nº	PROYECCIÓN SOCIAL Y EXTENSION UNIVERSITARIA En qué medida estás satisfecho con... Ítems o Preguntas	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
32	La percepción favorable de la sociedad sobre el impacto que tuvieron los resultados de Proyección Social y Extensión Universitaria	✓		✓		✓		✓		
33	Los proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria desarrollados en tu escuela	✓		✓		✓		✓		
34	La aceptación de los programas de Extensión Universitaria que realiza tu escuela por parte de la comunidad	✓		✓		✓		✓		
35	Las publicaciones que hace tu escuela para la integración de los estudiantes que publican y/o exponen sus proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria	✓		✓		✓		✓		
36	La participación de los docentes, administrativos y estudiantes en proyectos y programas de Proyección Social y Extensión Universitaria de la escuela	✓		✓		✓		✓		

37	La difusión de los resultados de los proyectos de extensión universitaria y proyección social de mi escuela	✓		✓		✓		✓		
38	La evaluación de los docentes que integran los programas de Proyección Social y Extensión Universitaria	✓		✓		✓		✓		
39	Los docentes competentes para Extensión Universitaria y Proyección Social	✓		✓		✓		✓		
40	La escuela enfoca en los problemas y necesidades de las comunidades a donde se realizan las Proyecciones Sociales y Extensión Universitaria.	✓		✓		✓		✓		
41	Las asignaturas que integran los programas de Proyección Social y Extensión Universitaria	✓		✓		✓		✓		
42	El conocimiento de los sistemas de evaluación de las actividades de Proyección Social que realizan los estudiantes de la escuela.	✓		✓		✓		✓		
43	El avance y resultados de las actividades y proyectos de Proyección Social y Extensión Universitaria	✓		✓		✓		✓		
Nº	<b>DESARROLLO ESPIRITUAL</b> En qué medida estás satisfecho con...	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
	Ítems o Preguntas	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
44	La existencia de escuelas sabáticas donde participan los estudiantes, docentes y administrativos	✓		✓		✓		✓		
45	Las semanas de énfasis espiritual	✓		✓		✓		✓		
46	Los juegos sociales dirigidos por los capellanes	✓		✓		✓		✓		
47	Los programas de consejería espiritual	✓		✓		✓		✓		
48	Las actividades desarrolladas del Plan Maestro de Desarrollo espiritual (PMDE)	✓		✓		✓		✓		
49	La prácticas de valores cristianos que te ayuda en la formación académica	✓		✓		✓		✓		
50	El desarrollo de tu perfil profesional y tu vida al conocer el principio, la creencia y el valor	✓		✓		✓		✓		
51	Las consejerías que dirigen los pastores para el beneficio del estudiante	✓		✓		✓		✓		
52	Las visitas e interés que tienen los capellanes en el bienestar de tu vida	✓		✓		✓		✓		
53	El PMDE para definir las metas que estableciste en mi vida	✓		✓		✓		✓		
54	El programa de PMDE al decidir tu orientación general en la vida	✓		✓		✓		✓		
55	El involucramiento de los estudiantes, docentes y administradores en los diversos de programas (deportes, Actividades sociales y espirituales)	✓		✓		✓		✓		

<sup>1</sup>Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

<sup>2</sup>El ítem tiene relación con el constructo (Compresión Oral de Estructuras Gramaticales)

<sup>3</sup>En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

<sup>4</sup>El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)

Nº	<b>GESTIÓN ACADÉMICA</b> En qué medida estas satisfecho con...	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
	Ítems o Preguntas	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
56	El trato y la eficacia de las secretarías de tu escuela	✓		✓		✓		✓		
57	La atención y amabilidad del personal en general de tu escuela.	✓		✓		✓		✓		
58	Los horarios de atención.	✓		✓		✓		✓		
59	La bolsa de trabajo que tienen para los estudiantes	✓		✓		✓		✓		
60	La información y formación de los programas de pasantías	✓		✓		✓		✓		
61	La información y formación sobre representación estudiantil (consejo universitario y asamblea universitaria )	✓		✓		✓		✓		
62	Las fuentes y canales de información sobre el funcionamiento cotidiano de tu escuela	✓		✓		✓		✓		
63	La información sobre las ayudas económicas	✓		✓		✓		✓		
64	La información sobre las convocatorias de becas de colaboración en tu escuela	✓		✓		✓		✓		
65	El correo electrónico UPeU, WIFI, Web UPeU	✓		✓		✓		✓		
66	Las consultas administrativas, y las matriculas online	✓		✓		✓		✓		
67	La disponibilidad de ambientes de lecturas y estudio	✓		✓		✓		✓		
68	La limpieza de los laboratorios de computación de la escuela	✓		✓		✓		✓		
69	La ventilación de las aulas de tu escuela	✓		✓		✓		✓		
70	La comodidad del mobiliario de tu escuela	✓		✓		✓		✓		

<sup>1</sup>Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

<sup>2</sup>El ítem tiene relación con el constructo (Compresión Oral de Estructuras Gramaticales)

<sup>3</sup>En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

<sup>4</sup>El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)



INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO – CALIDAD DE SERVICIO  
(JUICIO DE EXPERTO)



Nº	Competencia del cuerpo docente	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
1	El nivel de los conocimientos teóricos de los docentes	/		/		/		/		
2	El nivel de los conocimientos prácticos	/		/		/		/		
3	La actualización, con los últimos conocimientos de los docentes	/		/		/		/		
4	La capacidad para transmitir los conocimientos de los docentes	/		/		/		/		
5	La explicación de conocimientos de los docentes	/		/		/		/		
6	La orientación hacia el trabajo autónomo de los estudiantes por parte de los docentes	/		/		/		/		
7	La orientación hacia el trabajo colaborativo de los estudiantes por parte de los docentes	/		/		/		/		
8	La eficiencia de los docentes para desarrollar las acciones pedagógicas	/		/		/		/		

Nº	Organización de la enseñanza de la carrera	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
9	La integración adecuada entre contenidos teóricos y prácticos	/		/		/		/		
10	La estimulación del desarrollo de capacidades de los estudiantes durante la carrera	/		/		/		/		
11	Los horarios de clases adecuados a las necesidades de los estudiantes	/		/		/		/		
12	El número de estudiantes por clase para los procesos de enseñanza aprendizaje	/		/		/		/		
13	Los contenidos enseñados concordantes con el perfil profesional de egreso	/		/		/		/		
14	El cumplimiento de las expectativas que se tenía al iniciar la carrera	/		/		/		/		
15	El currículo por competencias (contenidos, actividades y prácticas)	/		/		/		/		
16	La metodología docente (recursos, estrategias didácticas, actividades complementarias)	/		/		/		/		
17	La evaluación del aprendizaje (procedimientos, criterios, resultados y revisión de exámenes)	/		/		/		/		

Nº	Comunicación y clima organizacional	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
18	Los procesos y canales de comunicación entre los públicos de la comunidad universitaria	/		/		/		/		
19	Los espacios existentes para expresar opiniones	/		/		/		/		
20	El tratamiento de quejas o sugerencias sobre diferentes aspectos de los servicios universitarios	/		/		/		/		
21	El clima de convivencia y relaciones humanas	/		/		/		/		
22	El trato recibido por todo el personal implicado en la institución	/		/		/		/		
23	Las soluciones y alternativas que se aplican para resolver dificultades	/		/		/		/		
24	Las actividades de mejora e innovación aplicadas	/		/		/		/		
Nº	Actitud y comportamiento del cuerpo docente	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
25	La participación de los estudiantes en las clases	/		/		/		/		
26	El trabajo en equipo de los docentes para mejorar los resultados	/		/		/		/		
27	La disponibilidad de los docentes para orientar al estudiante cuando sea necesarios	/		/		/		/		
28	La comunicación entre profesores y estudiantes	/		/		/		/		
29	El uso de los resultados de las evaluaciones	/		/		/		/		
30	El trato recibido de los docentes	/		/		/		/		
Nº	Instalaciones y equipamiento	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
31	Las condiciones de las aulas para la docencia	/		/		/		/		
32	La bibliografía disponible	/		/		/		/		
33	Las instalaciones físicas para el desarrollo del aprendizaje	/		/		/		/		
34	La motivación del aprendizaje de contenidos por parte de los docentes	/		/		/		/		
35	Las instalaciones y su mantenimiento	/		/		/		/		
Nº	Evaluaciones	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
36	La utilidad de los materiales entregado por los docentes a los estudiantes	/		/		/		/		
37	La evaluación de los conocimientos de los estudiantes por parte de los docentes	/		/		/		/		
38	El cumplimiento de las tutorías por los docentes	/		/		/		/		

Nº	Asignaturas optativas	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
39	Los profesionales para las asignaturas obligatorias y optativas	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
40	La oferta amplia de talleres en educación la vida	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>				

Nº	Efectividad procesos administrativos	Claridad <sup>1</sup>		Congruencia <sup>2</sup>		Contexto <sup>3</sup>		Dominio del constructo <sup>4</sup>		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	<b>Ítems o Preguntas</b>									
41	La agilidad de los procesos administrativos (matriculación, titulación, convalidaciones y trámites varios)	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
42	La administración para solucionar problemas	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		