



UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS

**FACULTAD DE MEDICINA HUMANA Y CIENCIAS DE LA
SALUD
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA HUMANA**

TÍTULO:

**SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE UAPINO ACERCA DE LOS
SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE QUE BRINDA LA UAP
FILIAL PIURA, 2016.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA HUMANA**

AUTOR:

BACH. OLAYA SAAVEDRA KAREN JACQUELIN

PIURA- PERÚ

2018

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, mis hijos, mi madre y hermanas por ser mi motivación y fortaleza, por su apoyo incondicional, sus consejos de perseverancia, por confiar y creer en mí.

AGRADECIMIENTO

Este trabajo presenta el resultado de un proceso en mi etapa profesional. En primer lugar agradezco a dios por ser mi principal guía y fuente de sabiduría.

A mis hijos, quienes son mis pilares para seguir adelante, y animarme a superarme constantemente.

Mi madre y hermanas por su apoyo, confianza y comprensión, que me han dado en momentos más importantes de mi vida.

A mi asesora, por el tiempo, sus conocimientos, y paciencia en la elaboración de mi tesis.

A mis docentes, y amigos, personas de gran sabiduría quienes se han reforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro.

A ti, por tu apoyo, comprensión y confianza que me has dado en los momentos difíciles.

RESUMEN

La presente investigación titulada: Satisfacción del estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP filial Piura, 2016, con la finalidad de: Determinar el nivel de satisfacción del estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

La Investigación con diseño no experimental, de tipo descriptiva - transversal, la muestra está conformada por 300 estudiantes de la Universidad Alas Peruanas del I ciclo, el instrumento utilizado fue el SERVQUAL, mide la calidad del servicio propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), consta de 22 declaraciones. Luego los resultados fueron procesados primero en tablas de Excel donde se vaciaron los datos de la investigación, para luego ser procesados en el programa SPSS versión 21, posteriormente se procedió a realizar las tablas y gráficos correspondientes.

Según los resultados se aprecia que el 45.7% de los estudiantes consideran encontrarse insatisfechos en la dimensión aspectos tangibles. En la dimensión fiabilidad el 49% de los estudiantes consideran encontrarse regularmente satisfechos. Con respecto a la capacidad de respuesta del personal que labora en los servicios de atención al cliente; el 53.7% considera estar insatisfecho. Además se evidenció que en la dimensión seguridad el 48% de los estudiantes consideran estar regularmente satisfecho. Y en la dimensión empatía del personal que labora en los servicios de atención al cliente; el 48% considera estar regularmente satisfecho.

Palabras Claves: Satisfacción, Aspectos tangibles, Seguridad, Confiabilidad y Empatía.

ABSTRAC

The present research entitled: UAPINO student satisfaction about the customer service provided by the UAP affiliate Piura, 2016, in order to: Determine the level of student satisfaction UAPINO about the customer service provided by the UAPINO UAP Filial Piura, 2016.

Research with non - experimental design, descriptive - transversal type, the sample is made up of 300 students of the Alas Peruanas University of the I cycle, the instrument used was the SERVQUAL, it measures the quality of the service proposed by Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985), consists of 22 statements. Then the results were first processed in Excel tables where the research data were emptied, and then processed in the SPSS version 21 program, after which the corresponding tables and graphs were made.

According to the results, it can be seen that 45.7% of the students consider themselves to be dissatisfied in the dimension of tangible aspects. In the reliability dimension, 49% of students consider themselves to be regularly satisfied. With respect to the response capacity of the personnel that works in the customer services; 53.7% consider themselves dissatisfied. In addition, it was evident that in the security dimension 48% of students consider being regularly satisfied. And in the empathy dimension of the personnel that works in customer services; 48% consider being regularly satisfied.

Key Words: Satisfaction, Tangible Aspects, Safety, Reliability and Empathy.

Introducción

La presente investigación pretende determinar el nivel de satisfacción del estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016; en el mundo universitario es importante tener en cuenta la satisfacción del estudiante ya que es el eje central de todo el proceso universitario. Una de las principales preocupaciones en el siglo XXI es la orientación académica en las universidades es la excelencia, dentro de esta perspectiva es importante no sólo el perfil que ofrece la universidad sino también debe poner sumo cuidado en los servicios que le brinda al estudiante.

El estudio consta de la siguiente estructura:

Capítulo I: Introducción, en el cual se expone el Planteamiento del problema, Formulación del problema, Justificación, Objetivos, y sus limitaciones.

Capítulo II: Se plantean los antecedentes internacionales, nacionales y regionales; además se citan las bases teóricas utilizadas en el estudio, finalmente se hace un listado de definición de los principales términos utilizados.

Capítulo III: Se describe la variable, sus dimensiones, indicadores, definición conceptual y operacional.

Capítulo IV: Metodología: Incluye Tipo, nivel y método de estudio, descripción del diseño muestral, técnicas e instrumentos de recolección de datos, Proceso de recolección, procesamiento y presentación de datos, Proceso de análisis e interpretación de datos y Consideraciones éticas;

Capítulo V: Resultados y discusión, que incluyen datos generales y específicos; se concluye con las conclusiones y recomendaciones.

Finalmente se termina con las Referencias Bibliográficas, Bibliografía y Anexos correspondientes.

ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Resumen	iv
Abstract	v
Introducción	vi
INDICE	vii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	10
1.2. Formulación del problema.....	14
1.3. Objetivos de la investigación.....	15
1.4. Justificación de la investigación.....	17
1.4.1. Importancia de la investigación	17
1.4.2. Viabilidad de la investigación.....	18
1.5. Limitaciones del estudio.....	18
CAPÍTULO II: MARCO CONCEPTUAL.....	19
2.1. Antecedentes de la investigación.....	19
2.2. Bases teóricas.....	22
2.3. Definición de términos.....	32
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
3.1. Formulación de hipótesis.....	34
3.2. Variables.....	34

3.2.1.	Operacionalización de las variables.....	34
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.....		36
4.1.	Diseño metodológico.....	36
4.2.	Diseño muestral.....	36
4.3.	Técnicas de recolección de datos.....	37
4.4.	Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	38
4.5.	Aspectos éticos.....	38
CAPÍTULO V: RESULTADOS, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.....		39
5.1.	Resultados.....	39
5.2.	Discusión.....	45
5.3.	Conclusiones.....	48
5.4.	Recomendaciones	49
REFERENCIAS.....		50
ANEXOS.....		55
	Ficha Técnica.....	56
	Cuestionario.....	59

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Nivel de satisfacción en su dimensión Tangibilidad según el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.....	39
Tabla 02: Nivel de satisfacción en su dimensión Fiabilidad según el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.....	40
Tabla 03: Nivel de satisfacción en su dimensión Capacidad de respuesta según el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.....	41
Tabla 04: Nivel de satisfacción en su dimensión Seguridad según el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.....	42
Tabla 05: Nivel de satisfacción en su dimensión Empatía según el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.....	43

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática.

En la actualidad, producto de la globalización, existe una gran oferta en cuanto a educación superior en las diversas ramas de estudio lo que ha fomentado un ambiente bastante competitivo. Aunque actualmente es más fácil obtener acceso a la educación, las instituciones de enseñanza superior continúan ofreciendo cursos estandarizados, con planes de estudio cerrados, con métodos de enseñanza ineficaces, instalaciones mínimas con apenas aulas sin considerar la diversidad de los estudiantes (Righi; Jorge; Angeli, 2006).

El negocio de cualquier empresa (privada o pública) debe partir con base en el cliente, es decir, el objetivo será cumplir sus necesidades y/o expectativas con el producto o servicio ofrecido por la misma; y en el terreno educativo, De Castro et al. (2012) mencionan que las instituciones cada vez más reconocen a los alumnos como sus clientes que precisan de ser satisfechos. Esto también se podría decir que es la conformidad a los requisitos del cliente que concuerda con la definición del concepto calidad presentado por Crosby (1979); la gestión de calidad se ha convertido en un camino sumamente recorrido en el contexto universitario, ya sea por la vía académica o por la gestión institucional.

Actualmente existe un creciente interés por conocer las expectativas que tienen los estudiantes universitarios acerca de las condiciones para mejorar su proceso educativo. Las investigaciones realizadas al respecto se agrupan en dos tipos: las que se hacen para saber qué espera el estudiante de su universidad en general y aquellas

que estudian las expectativas de los estudiantes sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje (Pichardo, C; García, Ana; De la Fuente, J. y Justicia, F, 2007).

De acuerdo con Mejías y Martínez (2009), medir la satisfacción del cliente tiene sentido siempre que se acompañe de acciones que induzcan a la mejora y a la innovación; es por ello que medir la satisfacción de los estudiantes de una manera consistente, permanente y adecuada, orientaría a la toma de decisiones correctas que permitan incrementar sus fortalezas y subsanar sus debilidades.

La satisfacción del estudiante es referida como elemento clave en la valoración de la calidad de la educación, se considera que uno de los indicadores más importantes para medir la calidad de la enseñanza tiene que ver con el grado de satisfacción de las personas involucradas en el proceso educativo (Zas, 2002).

Según Zas (2002), sostiene que la satisfacción del usuario, empleado, estudiante constituyen un indicador de calidad. Esto no es casual, Zas (2002) establece que “la satisfacción es el resultado de un proceso que se inicia en el sujeto, y termina en él mismo, por lo que se hace referencia a un fenómeno esencialmente subjetivo desde su naturaleza hasta la propia medición e interpretación”. La satisfacción es un concepto que se refiere a algo o alguien, que tiene que ver, a su vez con lo que se quiere, se espera, o se desea y está en relación a un cierto resultado. Para lograr la satisfacción, como algo sentido en un sujeto, debe haber al menos una intención en otro sujeto de realizar una acción determinada que provoque resultado, el cual será valorado como positivo o no.

La medida de la satisfacción, entonces planteado por Castillo, L.; Dougnac, A. & Rojas, V. (2007) afirma que la medida de las diferentes dimensiones que la conforman y está, ha demostrado ser un instrumento útil para evaluar las intervenciones de los servicios de salud, porque proporciona información sobre la calidad percibida y facilita información a los profesionales, gestores, estudiantes y administradores sobre aquellos aspectos de la organización sanitaria, percibidos como insatisfactorios y que son susceptibles de mejoría.

Atenas, J. (2006) por otro lado plantea que la satisfacción se define como un inherente estado mental inestable, que se representa en el momento de haber encontrado lo que se necesita, sin embargo, que un estudiante esté satisfecho no significa que tendrá un alto rendimiento académico. Es necesario que las Instituciones Educativas se planteen diversas preguntas y problemas para analizar el grado de satisfacción de los usuarios puesto que los estudiantes tienen que enfrentarse a la metodología de los docentes, temas abordados que realmente en ocasiones no les agrada, llevando a la deserción o bajo rendimiento académico.

Dentro de las organizaciones del sector servicios, las entidades educativas, según lo plantea Mejías, A. y Manrique, S. (2011) son quizás unas de las más interesadas sobre todo las instituciones de educación superior representan un mercado de mucho interés para las mismas. Tan es así, que en los últimos años y como parte de sus estrategias, se han abierto oficinas dentro de los Campus universitarios, donde se ofrece una gama de servicios con muchas ventajas para sus usuarios, pero arrastrando debilidades en la calidad de los servicios y originando nuevas expectativas para dichos clientes.

Desde el punto de vista de la gestión universitaria, dentro del Campus representan un compromiso, ya que las mismas fueron ofrecidas a las diferentes asociaciones de profesores, administrativos y estudiantes como plan estratégico a la falta de atención personalizada para el personal universitario, como lo afirmó Mejías, A. y Manrique, S. (2011) por lo que se hace referencia directa al buen desarrollo de sus actividades dentro de las instalaciones de la Universidad; de allí el interés de las autoridades universitarias de realizar evaluaciones e implementar estrategias para la mejora en el servicio. Así pues, el objetivo de esta investigación es identificar las dimensiones que determinan la satisfacción de los clientes que se encuentran dentro del recinto universitario de una universidad.

Desde hace ya años las universidades se preocupan por conocer la percepción de los estudiantes en distintos aspectos, como por ejemplo la docencia, para ello se diseñan y desarrollan escalas de evaluación (Spooren, Brockx y Mortelmans, 2013; Nowell, Gale y Handley, 2010). Recientemente, en el estudio de Bloxham (2012) se afirma que, si bien la evaluación del profesorado por parte de los estudiantes es común en la mayoría de universidades, aún es necesaria una mayor utilización de toda la información recogida para la mejora de la enseñanza, alegando que la evaluación del profesorado no puede ser un fin en sí mismo, sino que debe conducir a cambios y mejoras en la enseñanza y en el aprendizaje de los estudiantes.

Sabemos que el estudiante que ha ingresado a una universidad en particular ha hecho su elección en base a diversas consideraciones, entre ellas sus aspiraciones de calidad educativa. A través de sus años de estudio va evaluando su proceso de aprendizaje, en relación a la calidad de educación que le brinda la universidad y a sus

propios esfuerzos. De este modo, al finalizar sus estudios puede hacer un balance sobre los resultados obtenidos y sus expectativas previas a lo largo de su experiencia como estudiante de dicha universidad, para evaluar si se encuentra satisfecho con respecto a las expectativas que tuvo en el momento del ingreso o si éstas se han ido modificando positiva o negativamente (Zabalza, 2002).

Por otra parte, los traslados de estudiantes entre universidades de la misma categoría ocurren especialmente durante los primeros ciclos, esto se puede deber a que no satisfacen lo que para ellos parecen ser cuatro indicadores importantes de calidad: la plana docente, equipamiento tecnológico, instalaciones y ambiente general de la universidad (Carrasco, 2009).

La universidad tiene la función más noble: la búsqueda y difusión de la verdad mediante la enseñanza e investigación. La enseñanza debería ser el denominador común en toda institución educativa, cuya meta es que los estudiantes que cursan una carrera profesional manifiesten su satisfacción en relación con: el rigor de los cursos, interacciones con el docente, compañeros de estudio, justicia con que se le evalúa, instalaciones y equipamiento que apoyan dichas interacciones, etc. (Lazo, 2013).

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general.

¿Cuál es el nivel de satisfacción del estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016?

1.2.2. Problemas Específicos.

¿Cuál es el nivel de satisfacción en su dimensión aspectos tangibles que tiene el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016?

¿Cuál es el nivel de satisfacción en su dimensión fiabilidad que tiene el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016?

¿Cuál es el nivel de satisfacción en su dimensión capacidad de respuesta que tiene el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016?

¿Cuál es el nivel de satisfacción en su dimensión seguridad que tiene el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016?

¿Cuál es el nivel de satisfacción en su dimensión empatía que tienen el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar el nivel de satisfacción del estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

1.3.2. Objetivos Específicos

Identificar el nivel de satisfacción en su dimensión aspectos tangibles que tiene el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

Describir el nivel de satisfacción en su dimensión fiabilidad que tiene el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

Establecer el nivel de satisfacción en su dimensión capacidad de respuesta que tiene el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

Identificar el nivel de satisfacción en su dimensión seguridad que tiene el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

Describir el nivel de satisfacción en su dimensión empatía que tienen el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Importancia de la investigación

La presente investigación, presenta pertinencia de tipo teórica, conocer la calidad de los servicios no académicos que brinda la Universidad Alas Peruanas, la satisfacción del usuario, en este caso los estudiantes, permitiendo ser un alcance para la Institución y está tomar medidas en mejora.

Así mismo, presenta pertinencia aplicada, debido a que mediante la investigación se podrá determinar el nivel de satisfacción del estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP. Con dicha información, los mandos de la Universidad podrán realizar capacitaciones, programas, charlas, talleres, u otras iniciativas para fomentar la satisfacción en sus estudiantes y asimismo aumentar el prestigio de la Universidad.

A nivel Metodológico, el presente trabajo de investigación se presenta frente a la necesidad de contar con instrumentos que permitan medir el nivel de satisfacción del estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente.

Desde el punto de vista práctico, con esta investigación se aportará con evidencias para que en un futuro propio, se realicen capacitaciones y se ejecuten programas a las distintas áreas de la Universidad que tengan contacto con el alumnado, asimismo dar a conocer la importancia de que el alumno que ingrese a estudiar una carrera profesional en la Institución universitaria se sienta satisfecho y logre culminar sus estudios y se valla con un buen concepto de la universidad.

1.4.2. Viabilidad de la investigación.

El estudio es viable por cuanto se cuenta con los recursos humanos, materiales, financieros, y de tiempo para poder realizarlo sin tener inconvenientes.

Asimismo, se tienen los permisos necesarios para poder tener acceso a la información en las diferentes bibliotecas locales.

Además, se cuenta con el permiso de la Universidad para poder aplicar los instrumentos sin ningún inconveniente.

1.5. Limitaciones del estudio

Son pocas las limitaciones que se presentan, una de ellas es en el ámbito de los antecedentes, por cuanto no existen muchos estudios relacionados; si los hay no se encuentran aún publicados ni colocados en las bibliotecas de las universidades visitadas respecto a la satisfacción de estudiantes universitarios a nivel local.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación.

Después de haber revisado las diferentes bibliotecas locales y haber consultado los diferentes repositorios vía internet se han encontrado los siguientes estudios:

A nivel internacional:

Candelas, C; Gurruchaga, M; Mejías, A y Flores, L (2013) realiza el estudio denominado: “Medición de la satisfacción estudiantil universitaria: Un estudio de caso en una Institución Mexicana”, Universidad México; tuvo como objetivo medir la satisfacción de los alumnos en una Institución de Educación Superior Mexicana; usando un instrumento de medición de satisfacción del cliente a nivel universitario <SEU>. Constituye un estudio exploratorio sustentado en una revisión bibliográfica del tema. Mediante un muestreo no probabilístico fueron recolectados 163 datos en la carrera de Ingeniería Industrial, a partir de los cuales, previa demostración de la adecuación muestral (Determinante de la matriz de correlación =1.01E-10 y el estadístico KMO fue de 0.909), se realizó un Análisis de Factores. Usando una rotación Varimax, se identificaron 6 dimensiones que fueron llamadas: Aspectos académicos, Aspectos administrativos, Aspectos complementarios, Oferta académica, Entorno y Empatía, que explican un 67.576% de la varianza total. Las pruebas estadísticas realizadas (Significativas al 5%), el análisis de fiabilidad (Alfa de Cronbach>0,70), evidencian la validez y fiabilidad de la escala SEU usada.

En cuanto Álvarez, J, Chaparro, E y Reyes, E (2014) realiza el estudio titulado: “Estudio de la Satisfacción de los Estudiantes con los Servicios Educativos brindados por Instituciones de Educación Superior del Valle de Toluca”, Universidad Autónoma

del Estado de México. Tuvo como objetivo realizar un diagnóstico de satisfacción de los estudiantes con los servicios educativos de IES en el Valle de Toluca. Se diseñó y aplicó un instrumento a estudiantes del Valle de Toluca, de Universidades públicas y privadas. En base a escala Likert los estudiantes calificaron aspectos como Plan de estudios, Habilidad para enseñanza docente, Métodos de enseñanza-evaluación, Nivel de autorrealización del estudiante, Servicios de apoyo, Servicios administrativos, Ambiente propicio e Infraestructura. El instrumento se aplicó a un total de 437 estudiantes de Nivel Superior, inscritos en diferentes instituciones tanto públicas como privadas del Valle de Toluca. Como resultado se concluye que las variables donde se encuentran mayormente satisfechos son: Habilidad para la enseñanza de los Docentes y nivel de Autorrealización de Estudiantes. En cambio, las variables Infraestructura y Servicios Administrativos obtuvieron niveles de satisfacción inferior. La prueba Chi-cuadrado confirma diferencias significativas entre Universidades públicas y privadas las cuales serán presentadas en este reporte de investigación

Pérez, F; Martínez, P y Martínez, M (2015), realizó el estudio denominado: “Satisfacción del estudiante universitario con la tutoría. Diseño y validación de un instrumento de medida”, Universidad de Murcia; tuvo como objetivo medir el nivel de Satisfacción del estudiante universitario con la tutoría. En este estudio participan un total de 976 estudiantes de las cuatro titulaciones de Grado de la Facultad de Educación de la Universidad de Murcia. Este trabajo presenta el diseño y validación de una escala de satisfacción con la tutoría y el grado de satisfacción en una muestra de estudiantes (n=976), en un estudio descriptivo y transversal. El análisis factorial es satisfactorio, la escala queda compuesta por 22 ítems y dos sub-escalas que explican el 57.87% de la varianza. La fiabilidad del instrumento ($\alpha=.973$) y de las sub-escalas ($\alpha=.967$ y

$\alpha=.944$) es alta. Los resultados muestran una mayor satisfacción con el tutor que con la organización y contenidos de la tutoría.

A nivel nacional

Eyzaguirre, O (2016), realiza el estudio denominado: “Expectativa y Satisfacción estudiantil por el servicio académico de la Universidad Privada de Tacna en el año 2015”, en la Universidad Privada de Tacna. Cuyo objetivo es determinar la relación existente entre la expectativa y la satisfacción estudiantil por el servicio académico que brinda la Universidad Privada de Tacna durante el desarrollo académico del año 2015. La recopilación de datos se llevó a cabo a través de cuestionarios en dos momentos. Los datos sobre la expectativa se recogieron al inicio del año académico 2015 y los de la satisfacción al finalizar el mismo. La investigación que se presenta es de tipo básica con diseño descriptivo explicativo - correlacional que busca explicar la correspondencia entre la expectativa y la satisfacción estudiantil por el servicio académico que brinda la Universidad Privada de Tacna (UPT) en base a la relación establecida entre las variables y los componentes de la variable expectativa al inicio del año con el nivel de satisfacción que presentan los estudiantes al finalizar el año académico 2015. La población estuvo constituida por 5289 estudiantes matriculados en 20 carreras que brinda la UPT. El tamaño de la muestra es de 350 estudiantes con un margen de error de $\pm 5\%$ según tablas de Fisher-Arkin-Coltón. La selección se hizo por muestreo estratificado proporcional. Para establecer la relación entre las variables se trabajó con la prueba del Chi cuadrado. Se ha llegado a establecer que casi la mitad de los estudiantes tienen una expectativa moderada frente al servicio académico y un comportamiento similar en cuanto a la satisfacción. La satisfacción ha superado a la expectativa de los estudiantes en casi 10 puntos porcentuales.

Alfaro, D y Pinedo, J (2015), realiza el estudio titulado: “Satisfacción del estudiante de la escuela profesional de enfermería con el desempeño docente. Universidad Privada Antenor Orrego, 2015”, Tiene como objetivo determinar el grado de satisfacción del estudiante de la Escuela Profesional de Enfermería con el desempeño del enfermero/a docente de la Universidad Privada Antenor Orrego. Se aplicó un cuestionario que permitió valorar el grado de satisfacción del estudiante con el desempeño docente. La presente investigación de tipo descriptivo y de corte transversal. La población muestral de estudio estuvo conformada por 236 estudiantes de dicha institución. Los resultados evidenciaron con respecto al género que el 99.15% pertenecen al sexo femenino y el 0.85% al sexo masculino y en cuanto a la edad el 55.09% se encuentra en el rango de 18 a 21 años, de 22 a 25 años el 32.20% y de 26 a más el 12.71%, del total de ellos 75% de estudiantes se encuentran satisfechos en tanto que el 25% restante se encontraron insatisfechos.

A nivel local no se evidencian estudios similares, por lo que la presente investigación servirá como basa para otras investigaciones.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Satisfacción del estudiante

2.2.1.1. Conceptualizaciones

La satisfacción del consumidor es definida como una evaluación emocional post-compra o post-uso como resultado de un procesamiento de información relevante (Morales y Hernández, 2004 y Fornell, 1992).

Para Gento (2002), la satisfacción de los clientes externos en la educación hace referencia directa a la satisfacción de los alumnos, puesto que son éstos los destinatarios inmediatos a quienes se les ofrece el producto educativo, entendiéndose como producto educativo, la enseñanza impartida, los grados, los diplomados, etc., que no son bienes tangibles, sino servicios de conocimiento.

Asimismo, la satisfacción de los alumnos está orientada hacia la atención de sus propias necesidades educativas en sus diversas manifestaciones, y al logro de las expectativas que les plantee la institución educativa en este ámbito. Por ello, Gento (2002), considera como uno de los identificadores de la calidad del producto educativo, la satisfacción de los propios estudiantes.

Por otra parte, la satisfacción del consumidor como resultado podría definirse como el estado psicológico resultante en el que los sentimientos confirman o no, las expectativas percibidas sobre la experiencia que supuso consumir en base a las impresiones iniciales (Oliver, 1993).

Según Gento y Vivas (2003) la satisfacción es el resultado de un proceso valorativo. Cuando una persona expresa estar satisfecha o no con respecto a algo, está emitiendo un juicio de valor a partir de un proceso de evaluación, mientras que la satisfacción del cliente es definida, como el resultado de comparar la expectativa previa del cliente, puestas en los productos y/o servicios y en los procesos e imagen de la empresa, con el valor percibido al finalizar la relación comercial.

Esto da paso a la definición propuesta por Gento y Vivas (2003) sobre la satisfacción estudiantil, como la apreciación favorable que hacen los estudiantes de los resultados y experiencias asociadas con su educación, en función de la atención a sus propias necesidades y al logro de sus expectativas.

Con respecto a la satisfacción, es la percepción que involucra el sentimiento de bienestar y placer que resulta de satisfacer sus necesidades educativas. La satisfacción se produce cuando el desempeño docente percibido coincide con las expectativas del estudiante, insatisfacción: se produce cuando el desempeño docente percibido no alcanza las expectativas del estudiante, complacencia: se produce cuando el desempeño docente percibido excede a las expectativas del estudiante (Lamas, 2000).

La satisfacción del cliente es un término muy utilizado, ya que es factor importante para alcanzar el éxito de las empresas. Existen varias definiciones brindadas por diferentes autores. Para Kotler (2003) la satisfacción es “el nivel de estado de ánimo que resulta de comparar un rendimiento percibido de un producto o servicio con las expectativas” (p.40). El autor señala que la satisfacción es como la organización llega a hacer sentir al cliente con el producto o servicio que se le brinda, antes de que adquiera algo inconscientemente se puede ir creando expectativas y depende de cómo sea entregado se podrá tener como resultado una decepción o un gran placer.

Otra definición importante de la satisfacción del cliente es la de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) quienes consideraron que la satisfacción del cliente “es una función de la valoración de los clientes de la calidad del servicio, la calidad del producto y el precio”. Esto se entiende como las percepciones de los clientes respecto

a la calidad del servicio, que valor le dan antes de tenerlo y después de adquirirlo enfocándose en el servicio, precio y producto.

2.2.1.2. Teorías.

En relación a las teorías citamos la siguiente:

a) **Modelo de Brechas en el servicio**

El modelo de las deficiencias o de los GAPS, propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), trata de identificar las causas de un servicio deficiente; así se identifica la diferencia entre expectativas y percepciones del servicio recibido por los clientes a partir de 4 posibles diferencias o gaps. A continuación, se distinguen dos partes claramente diferenciadas pero relacionadas entre sí:

1. La primera hace referencia a la manera en que los clientes se forman una opinión sobre la calidad de los servicios recibidos.
2. La segunda refleja las deficiencias que pueden producirse dentro de las organizaciones, lo que provoca una falta de calidad en el suministro a los clientes.

La expresión del modelo es las siguientes: $GAP = F(Gap1, Gap2, Gap3, Gap4)$ en donde:

GAP1: Diferencia entre las expectativas del cliente y las percepciones de la gestión de dichas expectativas. Evalúa las diferencias entre las expectativas del cliente y la percepción que el personal (generalmente el gerente) tiene de estas. Es importante analizar esta brecha, ya que generalmente los gerentes consideran el grado de satisfacción o insatisfacción de sus clientes en base a las quejas que reciben. Sin embargo, ese es un pésimo indicador, ya que se ha estudiado que la relación entre los clientes que se quejan y los clientes insatisfechos es mínima. Por eso se recomienda a las empresas tener una buena comunicación con el personal que está en contacto

directo al cliente, ya que es este el mejor puede identificar sus actitudes y comportamiento.

Gap2: Diferencia entre la percepción de gestión y las especificaciones de la calidad del servicio. Ocurre entre la percepción que el gerente tiene de las expectativas del cliente, las normas y los procedimientos de la empresa. Se estudia esta brecha debido a que en muchos casos las normas no son claras para el personal, lo cual crea cierta incongruencia con los objetivos del servicio.

Gap3: Diferencia entre las especificaciones de calidad del servicio y el servicio actualmente entregado. Se presenta entre lo especificado en las normas del servicio y el servicio prestado. La principal causa de esta brecha es la falta de orientación de las normas hacia las necesidades del cliente, lo cual se ve reflejado directamente en un servicio pobre y de la mala calidad.

Gap4: Diferencia entre el servicio entregado y lo que es comunicado acerca del servicio a los clientes. Se produce cuando al cliente se le promete una cosa y se le entrega otra. Esto ocurre principalmente como resultado de una mala promoción y publicidad, en la que el mensaje que se transmite al consumidor no es el correcto.

Gap5: Diferencia entre el servicio entregado y el servicio percibido. Esta brecha representa la diferencia entre las expectativas que se generan los clientes antes de recibir el servicio, y la percepción que obtienen del mismo una vez recibido.

Todas brechas ayudan a identificar y medir las ineficiencias en la gestión de los servicios. Cada empresa debe orientar sus estudios hacia donde los principales “síntomas” lo indiquen. Sin embargo, una brecha que se debe analizar y tomar en consideraciones en todos los casos es la brecha 5, ya que permite determinar los niveles de satisfacción de los clientes.

Cerrar la Brecha del Cliente:

Es fundamental para lograr una reputación de excelente calidad de servicio satisfacer o exceder los deseos de servicio del cliente. Los clientes del servicio esperan que las organizaciones de servicio del cliente tengan buena apariencia, sean de fiar, responsables, tranquilizadoras y empáticas. El desafío es entonces satisfacer o exceder las expectativas precisas del mercado meta. La mediocridad del servicio es bastante más fácil de conseguir que la superioridad de servicio. Solo los auténticos líderes de niveles altos, pueden inspirar los compromisos personales necesarios para conseguir la superioridad de servicio.

A raíz de esta teoría nace el Modelo SERVQUAL.

El análisis de la calidad en el servicio se inicia formalmente con el artículo de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), catedráticos de marketing que realizaron una investigación de la calidad de los servicios, creando una escala para calificar a las empresas de acuerdo a cinco dimensiones: Tangibilidad, fiabilidad, respuesta, seguridad y empatía, y es a partir de esa investigación que se propusieron un modelo de la calidad en el servicio.

La investigación se basa en un cuestionario que distingue dos partes:

- La primera dedicada a las expectativas, donde se preguntan 22 afirmaciones que tratan de identificar las expectativas generales de los clientes sobre un servicio concreto.
- La segunda dedicada a las percepciones, formada por las mismas 22 afirmaciones anteriores donde la única diferencia es que no hacen referencia a un servicio específico sino a lo que reciben de una empresa concreta que pertenece a dicho servicio.

En 1998 el modelo fue redefinido y denominado SERVQUAL, por los mismos autores el cual considera que la calidad del servicio es una noción abstracta, debido a las características fundamentales del mismo, pues es intangible, heterogéneo e inseparable.

Dichos autores, consideran a la calidad del servicio como el resultado de la discrepancia entre las expectativas y la calidad percibida.

El modelo SERVQUAL, destaca que los servicios presentan una mayor problemática para su estudio y suponen que:

- Al cliente le es más difícil evaluar la calidad del servicio que la calidad de los productos.
- La percepción de la calidad del servicio es el resultado de una comparación del cliente con el desempeño actual del servicio.
- Las evaluaciones del servicio no se hacen solamente a la entrega de este, sino también en el proceso de realización del mismo.

2.2.1.3. Dimensiones.

Sin duda la referencia más común para determinar las dimensiones de la satisfacción de la calidad del servicio es la aportada por Parasuraman, Zeithaml y Berry

(1985), dentro de la de la calidad de servicio, quienes enumeran una serie de criterios con los que los clientes evalúen su satisfacción con respecto a la calidad de un servicio que le brinda una institución.

Posteriores estudios de estos mismos autores permitieron reducir las diez dimensiones y, actualmente, se consideran cinco las dimensiones de la calidad de servicio.

Confiabilidad: Entendida como la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud. Habilidad de prestar el servicio prometido tal como se ha prometido con error cero. Este indicador trata de medir la habilidad para desarrollar el servicio prometido. La eficiencia y eficacia en la prestación del servicio. Con la eficiencia se consigue aprovechamiento de tiempo y materiales y la eficacia no es más que el cliente obtiene el servicio requerido. La fiabilidad mide la efectividad es decir obtener el servicio mediante un proceso correcto que cumpla las expectativas para el que fue diseñado. Cuando un servicio no se da en forma efectiva se tiene que repetir, lo cual conlleva un costo económico en tiempo, materiales, etc. Si un servicio no se tiene que repetir el usuario queda satisfecho a la primera. Problemas: capacidad de los profesionales para hacer frente a las posibles dificultades. (Parazuraman, Zeinthaml y Berry, 1985)

Responsabilidad: se refleja como la buena voluntad de ayudar a sus clientes y brindar un servicio rápido. Así mismo como el deseo de ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes de forma rápida y eficiente; es decir prestar el servicio de

forma ágil. Conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente. (Parazuraman, Zeinthaml y Berry, 1985).

Seguridad: es visto como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza. la cual (Parazuraman, Zeinthaml y Berry, 1985); puntualizan que es la atención y conocimiento por parte de los trabajadores y su habilidad para inspirar confianza y credibilidad, agrupando las anteriores dimensiones como cortesía, credibilidad, responsabilidad y profesionalidad. Asimismo, Cottle (1991.p.36) define que es el conocimiento y la actitud de atención que proyecta el trabajador y la capacidad que llegue a tener para transmitir confianza y fe, también incluye credibilidad que a su vez se relaciona confiabilidad, responsabilidad e integridad.

Empatía: es la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes. Atención individualizada al cliente. La empatía es la conexión sólida entre dos personas. Es fundamental para comprender el mensaje del otro. Es una habilidad de inferir los pensamientos y los deseos del otro. (Parazuraman, Zeinthaml y Berry, 1985).

Bienes materiales o tangibles: Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación, limpieza y modernidad son evaluadas en los elementos personas, infraestructura y objetos; así como la Apariencia de las instalaciones equipos, empleados y materiales de comunicación. (Parazuraman, Zeinthaml y Berry, 1985).

2.2.1.4. Causas de las deficiencias en el servicio de calidad

Las posibles causas de cada una de las deficiencias que se pueden producir en el interior de la organización, según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1983) son las siguientes:

a) Falta de una cultura orientada a la investigación, falta de comunicación ascendente y excesiva niveles jerárquicos de mandos.

b) Bajo compromiso asumido por la dirección con la calidad de servicio, mala especificación de objetivo, defectuoso o inexistente establecimiento de normas estándar para la ejecución de tareas y percepción inviabilidad para cumplir las expectativas del cliente.

c) Falta de sentido de trabajo en equipo, desajuste entre los empleados y sus funciones, desajuste entre la tecnología y las funciones, falta de control percibido, sistema de supervisión y mando inadecuados, existencia de conflictos funcionales y ambigüedad de las funciones.

d) Deficiencia en la comunicación descendente dentro de la organización y propensión de la empresa a prometer en exceso a sus clientes.

2.3. Definición de términos básicos.

Gento y Vivas (2003) sobre la satisfacción estudiantil, como la apreciación favorable que hacen los estudiantes de los resultados y experiencias asociadas con su educación, en función de la atención a sus propias necesidades y al logro de sus expectativas.

Confiabilidad: Entendida como la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud. Habilidad de prestar el servicio prometido tal como se ha prometido con error cero. (Parazuraman, Zeinthaml y Berry, 1985)

Capacidad de respuesta: se refleja como la buena voluntad de ayudar a sus clientes y brindar un servicio rápido. Así mismo como el deseo de ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes de forma rápida y eficiente; es decir prestar el servicio de forma ágil. Conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente. (Parazuraman, Zeinthaml y Berry, 1985).

Seguridad: es visto como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza. la cual (Parazuraman, Zeinthaml y Berry, 1985); puntualizan que es la atención y conocimiento por parte de los trabajadores y su habilidad para inspirar confianza y credibilidad, agrupando las anteriores dimensiones como cortesía, credibilidad, responsabilidad y profesionalidad.

Empatía: es la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes. Atención individualizada al cliente. La empatía es la conexión sólida entre dos personas. Es fundamental para comprender el mensaje del otro. Es una habilidad de inferir los pensamientos y los deseos del otro. (Parazuraman, Zeinthaml y Berry, 1985).

Bienes materiales o tangibles Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación, limpieza y modernidad son evaluadas en los

elementos personas, infraestructura y objetos; así como las Apariencia de las instalaciones equipos, empleados y materiales de comunicación. (Parazuraman, Zeinhaml y Berry, 1985).

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Formulación de hipótesis.

Por ser una investigación descriptiva no presenta hipótesis de investigación

3.2 Variables

3.2.1 Variables

V1: Satisfacción del estudiante

Dimensiones

- ✓ Dimensiones: Los elementos tangibles, la fiabilidad o habilidad, capacidad de respuesta o disposición y voluntad, seguridad o conocimiento y atención y la empatía o atención individualizada.

3.2.2 Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
SATISFCCION DEL ESTUDIANTE	Gento y Vivas (2003) sobre la satisfacción estudiantil, como la apreciación favorable que hacen los estudiantes de los resultados y experiencias asociadas con su educación, en función de la atención a sus propias necesidades y al logro de sus expectativas.	Se da a través del instrumento de SERVQUAL de la calidad del servicio de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), a partir de la puntuación dimensional, los elementos tangibles, la fiabilidad o habilidad, capacidad de respuesta o disposición y voluntad, seguridad o conocimiento y atención, la empatía o atención individualizada.	<ul style="list-style-type: none"> • Los elementos tangibles. • La fiabilidad o habilidad. • Capacidad de respuesta o disposición y voluntad. • Seguridad o conocimiento y atención. • La empatía o atención individualizada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los elementos tangibles. • La fiabilidad • Capacidad de respuesta • Seguridad • La empatía 	Ordinal

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Diseño metodológico

La investigación se enmarcó en el diseño no experimental, según Hernández S. Roberto y Baptista, (2010). Dicen que “La investigación no experimental es investigación sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido.

La presente investigación es de tipo descriptiva - transversal. Descriptiva; porque busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se somete a un análisis. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, pp.80-81).

El esquema es el siguiente:

M ————— O1

Donde:

M = Estudiantes de la Universidad

O1 = Satisfacción del estudiante

4.2. Diseño muestral

4.2.1. Población

La población de la investigación “es el conjunto de todos los casos que concuerden con una serie de especificaciones, o en sí, la serie de unidades o fuentes de datos que conforman un todo” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). La población estuvo

conformada por los 300 estudiantes matriculados de la Universidad Alas Peruanas, de diferentes escuelas profesionales pertenecientes al I ciclo del 2016.

4.2.2. Muestra

Es una colección de individuos extraídos de la población a partir de algún procedimiento específico para su estudio o medición directa. Una muestra es una fracción o segmento de una totalidad que constituye la población. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Para la selección de la muestra se utilizó el muestreo no probabilístico intencionado, y estuvo conformada por 300 estudiantes de la Universidad Alas Peruanas del I ciclo.

4.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para la presente investigación se utilizó como técnica la “Encuesta”, constituye un escrito que el investigador formula a un grupo de personas para estudiar constructos como percepciones, creencias, preferencias, actitudes, etc. (Bernal, 2000, p.222).

El instrumento a utilizar es el SERVQUAL, mide la calidad del servicio propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) a partir de la puntuación dimensional los elementos tangibles, la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. La escala constó de 22 declaraciones en las que el usuario debe situar, y está conformado por una escala de respuestas múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Es decir, mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas, contrastando esa medida con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones.

Respecto a la validez, se ha trabajado con la validez de contenido a través de la técnica de contenido con la estrategia de juicio de experto, para ello los autores utilizaron a grupo de profesionales especialistas en el área, los expertos después de la evaluación y mejoras del instrumento indicaron que es válido para ser aplicado.

En cuanto a la confiabilidad; el instrumento fue sometido a prueba de confiabilidad; a través del criterio Alfa de Cronbach, obteniéndose los siguientes resultados: Instrumento de satisfacción del servicio (22 ítems), 758.

4.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.

Los resultados fueron procesados primero en tablas de Excel donde se vaciaron los datos de la investigación, para luego ser procesados en el programa SPSS versión 21, posteriormente se procedieron a realizar las tablas y gráficos correspondientes.

4.5. Aspectos éticos

En primer lugar, dentro de los aspectos éticos se considera importante respetar la confidencialmente los nombres de los estudiantes. Así mismo, se solicitó el permiso a la Universidad para llevar a cabo el estudio.

CAPÍTULO V: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

5.1 Resultados

Objetivo 01: Identificar el nivel de satisfacción en su dimensión aspectos tangibles que tiene el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

Tabla 01

Nivel de satisfacción en su dimensión Tangibilidad según el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

	DIMENSION TANGIBILIDAD									
	Satisfechos		Regular		Insatisfechos		Total			
	fi	%	Fi	%	fi	%	fi	%		
Las instalaciones cuentan con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva	40	13.3%	80	26.7%	180	60.0%	300	100.0%		
Las instalaciones físicas de la Escuela son visualmente atractivas	30	10.0%	120	40.0%	150	50.0%	300	100.0%		
El personal que lo atiende tiene apariencia pulcra	140	46.7%	100	33.3%	60	20.0%	300	100.0%		
Los elementos materiales (folletos, reportes y similares) son visualmente atractivos	20	20.0%	120	40.0%	160	53.3%	300	100.0%		
TANGIBILIDAD	58	19.3%	105	35.0%	137	45.7%	300	100.0%		

Fuente: Instrumento de satisfacción aplicado a los estudiantes UAPINO

INTERPRETACIÓN

Según los resultados encontrados el 45.7% de los estudiantes evaluados consideran encontrarse insatisfechos, el 35% considera encontrarse regularmente satisfecho y el 19% satisfecho; respecto a los indicadores el 60% señala estar insatisfecho en lo relacionado a los equipos multimedia, el 50% en las instalaciones físicas, a diferencia del 46.7% considera estar satisfecho en la apariencia personal y el 53% considera como insatisfecho con los materiales que se imparten.

Objetivo 02: Describir el nivel de satisfacción en su dimensión fiabilidad que tiene el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

Tabla 02

Nivel de satisfacción en su dimensión Fiabilidad según el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

	DIMENSION FIABILIDAD							
	Satisfechos		Regular		Insatisfechos		Total	
	fi	%	Fi	%	fi	%	fi	%
Cuando el personal de la institución promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace	80	26.7%	160	53.3%	60	20.0%	300	100.0%
Cuando tienes un problema, el área que lo atiende muestra un sincero interés en solucionártelo	40	13.3%	100	33.3%	160	53.3%	300	100.0%
El personal del área que lo atendió realiza bien el servicio la primera vez	80	26.7%	190	63.3%	30	10.0%	300	100.0%
El personal del área que lo atendió concluye el servicio en el tiempo prometido	30	10.0%	120	40.0%	150	50.0%	300	100.0%
El personal de la institución insiste en mantener registros exentos de errores	60	20.0%	165	55.0%	75	25.0%	300	100.0%
FIABILIDAD	58	19.3%	147	49.0%	95	31.7%	300	100.0%

Fuente: Instrumento de satisfacción aplicado a los estudiantes UAPINO

INTERPRETACIÓN

Según los resultados encontrados sobre la FIABILIDAD; el 49% de los estudiantes evaluados consideran encontrarse regularmente satisfechos, el 31.7% considera encontrarse insatisfecho y el 19% satisfecho; respecto a los indicadores se encontró que el 53.3% considera estar regularmente satisfecho en los aspectos cumplimiento de atención, 63% realización adecuada de la atención y el 55% señala que se atienden de manera regular los errores de la atención. Por otro lado, se encuentran insatisfechos en un 53.3% en lo que respecta al interés que pone el personal para resolver el problema y el 50% está insatisfecho con respecto al tiempo que utiliza el personal de la universidad para solucionar su problema.

Objetivo 03: Establecer el nivel de satisfacción en su dimensión capacidad de respuesta que tiene el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

Tabla 03

Nivel de satisfacción en su dimensión Capacidad de respuesta según el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

	DIMENSION CAPACIDAD DE RESPUESTA							
	Satisfechos		Regular		Insatisfechos		Total	
	fi	%	Fi	%	Fi	%	fi	%
El personal de la institución le comunica cuándo concluirá la realización del servicio	20	6.7%	70	23.3%	210	70.0%	300	100.0%
El personal de la institución le ofrece un servicio puntual	30	10.0%	90	30.0%	180	60.0%	300	100.0%
El personal de la institución siempre está dispuesto a ayudarle	70	23.3%	180	60.0%	50	16.7%	300	100.0%
El personal de la institución está siempre ocupado para atenderle	35	11.7	60	20.0%	205	68.3%	300	100.0%
CAPACIDAD DE RESPUESTA	39	13.0%	100	33.3%	161	53.7%	300	100.0%

Fuente: Instrumento de satisfacción aplicado a los estudiantes UAPINO

INTERPRETACIÓN

Según los resultados encontrados respecto a la capacidad de respuesta del personal que labora en los servicios de atención al cliente; el 53.7% considera estar insatisfecho, seguido de un 33.3% regularmente y el 13% satisfecho; esta situación de insatisfacción se evidencia en que el 70% señala que el personal no comunica para cuando tendrá resuelto el problema, el 60% considera que el personal no le ofrece un servicio puntual y además se encontró que un 60% considera que el personal esta regularmente

dispuesto ayudar y el 68.3% señala que el personal siempre está ocupado para atenderlo lo que le genera insatisfacción.

Objetivo 04: Identificar el nivel de satisfacción en su dimensión seguridad que tiene el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

Tabla 04

Nivel de satisfacción en su dimensión Seguridad según el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

	DIMENSION SEGURIDAD							
	Satisfechos		Regular		Insatisfechos		Total	
	fi	%	Fi	%	Fi	%	fi	%
El comportamiento del personal de la institución le inspira confianza	92	30.7%	168	56.0%	40	13.3%	300	100.0%
Usted se siente seguro en sus trámites con la institución	67	22.3%	144	48.0%	89	29.7%	300	100.0%
El personal de la institución es siempre amable con usted	189	63.0%	78	26.0%	33	11.0%	300	100.0%
El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas	66	22.0%	188	62.7%	46	15.3%	300	100.0%
SEGURIDAD	103	34.3%	144	48.0%	53	17.7%	300	100.0%

Fuente: Instrumento de satisfacción aplicado a los estudiantes UAPINO

INTERPRETACIÓN

Según los resultados encontrados respecto a la seguridad; el 48% de los estudiantes consideran estar regularmente satisfecho, seguido de un 34.3% satisfechos y el 17.7% insatisfecho; respecto a los indicadores se encontró que el 56% señala que el personal regularmente les inspira confianza, el 48% regularmente seguro en los trámites, además se encontró que un 63% considera que el personal es siempre amable y un

62.7% señala que el personal posee regular conocimientos para responder sus preguntas.

Objetivo 05: Describir el nivel de satisfacción en su dimensión empatía que tienen el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

Tabla 05

Nivel de satisfacción en su dimensión Empatía según el estudiante UAPINO acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP Filial Piura, 2016.

	DIMENSION EMPATIA							
	Satisfechos		Regular		Insatisfechos		Total	
	fi	%	Fi	%	Fi	%	fi	%
La institución le da una atención individualizada	12	4.0%	77	25.7%	211	70.3%	300	100.0%
La institución tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus estudiantes	81	27.0%	166	55.3%	53	18.3%	300	100.0%
La institución tiene personal que le ofrece una atención personalizada	33	11.0%	102	34.0%	165	55.0%	300	100.0%
El personal de la institución se preocupa por los mejores intereses de sus estudiantes	55	18.3%	199	66.3%	46	15.3%	300	100.0%
La institución comprende las necesidades específicas de sus estudiantes.	66	22.0%	177	59.0%	57	19.0%	300	100.0%
EMPATIA	49	16.3%	144	48.0%	107	35.7%	300	100.0%

Fuente: Instrumento de satisfacción aplicado a los estudiantes UAPINO

INTERPRETACIÓN

Según los resultados encontrados respecto a la empatía del personal que labora en los servicios de atención al cliente; el 48% considera estar regularmente satisfecho, seguido de un 35.7% insatisfecho y el 16.3% satisfecho; respecto a los indicadores se

encontró que el 70.3% señala que no existe una atención individualizada, el 55.3% considera que el personal no siempre tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus estudiantes y además se encontró que un 55% considera que el personal no ofrece una atención personalizada, el 66.3% de los estudiantes considera que regularmente el personal se preocupa por sus intereses y el 59% señala que regularmente la institución comprende las necesidades específicas de sus estudiantes.

5.2 Discusión

Se evidenció que el 45.7% de los estudiantes evaluados consideran encontrarse insatisfechos en la dimensión aspectos tangibles; es decir se sienten descontentos con lo relacionado a los equipos multimedia, las instalaciones físicas, y con los materiales que se imparten. Resultados similares se encontró en el estudio de Álvarez, J, Chaparro, E y Reyes, E (2014) realiza el estudio titulado: “Estudio de la Satisfacción de los Estudiantes con los Servicios Educativos brindados por Instituciones de Educación Superior del Valle de Toluca”. Las conclusiones fueron que las variables Infraestructura y Servicios Administrativos obtuvieron niveles de satisfacción inferior. En cuanto al marco teórico los Bienes materiales o tangibles, son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación, limpieza y modernidad. (Parazuraman, Zeinhaml y Berry, 1985).

Según en la dimensión confiabilidad el 49% de los estudiantes evaluados consideran encontrarse regularmente satisfechos; esto quiere decir que los estudiantes están contentos con los aspectos cumplimiento de atención, asimismo reciben una adecuada atención y se atienden de manera regular los errores de la atención. Resultados diferentes se evidencio en el trabajo de Pérez, F; Martínez, P y Martínez, M (2015), realizó el estudio denominado: “Satisfacción del estudiante universitario con la tutoría. Diseño y validación de un instrumento de medida”. Los resultados muestran una mayor satisfacción con el tutor que con la organización y contenidos de la tutoría. Por otra parte es entendida la Confiabilidad, como la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud. Habilidad de prestar

el servicio prometido tal como se ha prometido con error cero. (Parazuraman, Zeinthaml y Berry, 1985)

Con respecto a la capacidad de respuesta del personal que labora en los servicios de atención al cliente; el 53.7% considera estar insatisfecho; esto quiere decir que la mayoría de los estudiantes perciben que el personal no comunica para cuando tendrá resuelto el problema, no les ofrece un servicio puntual y además el personal no siempre está dispuesto a ayudar. Resultados distintos se evidencian en el estudio de Alfaro, D y Pinedo, J (2015), realiza el estudio titulado: “Satisfacción del estudiante de la escuela profesional de enfermería con el desempeño docente. Universidad Privada Antenor Orrego, 2015”. Resultados encontrados fueron que el 75% de estudiantes se encuentran satisfechos en tanto que el 25% restante se encontraron insatisfechos. En cuanto a la definición de la Capacidad de respuesta, esta se refleja como la buena voluntad de ayudar a sus clientes y brindar un servicio rápido. Así mismo como el deseo de ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes de forma rápida y eficiente. (Parazuraman, Zeinthaml y Berry, 1985).

En cuanto a la dimensión seguridad el 48% de los estudiantes consideran estar regularmente satisfecho; es decir sienten que el personal no siempre les inspira confianza, pero si perciben que son amables y que poseen regularmente conocimientos para responder sus preguntas. Resultados diferentes se observan en la investigación de Eyzaguirre, O (2016), realiza el estudio denominado: “Expectativa y Satisfacción estudiantil por el servicio académico de la Universidad Privada de Tacna en el año 2015”. Resultados: Se ha llegado a establecer que casi la mitad de los estudiantes tienen una expectativa moderada frente al servicio académico y un comportamiento

similar en cuanto a la satisfacción. Según Parazuraman, Zeinthaml y Berry (1985) menciona que la Seguridad es visto como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza.

Finalmente en la dimensión empatía del personal que labora en los servicios de atención al cliente; el 48% considera estar regularmente satisfecho; es decir que no existe una atención individualizada, no siempre tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus estudiantes y no se preocupan por los intereses y necesidades específicas de sus estudiantes. Resultados distintos se encuentra en el estudio de Candelas, C; Gurruchaga, M; Mejías, A y Flores, L (2013) realiza el estudio denominado: “Medición de la satisfacción estudiantil universitaria: Un estudio de caso en una Institución Mexicana” Usando una rotación Varimax, se identificaron 6 dimensiones que fueron llamadas: Aspectos académicos, Aspectos administrativos, Aspectos complementarios, Oferta académica, Entorno y Empatía, que explican un 67.576% de la varianza total. Respecto a Parazuraman, Zeinthaml y Berry (1985) menciona que la Empatía es la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes. Atención individualizada al cliente.

5.3 Conclusiones

- ✚ Se evidencio que el 45.7% de los estudiantes evaluados consideran encontrarse insatisfechos en la dimensión aspectos tangibles. Tabla N°1

- ✚ En la dimensión confiabilidad el 49% de los estudiantes evaluados consideran encontrarse regularmente satisfechos. Tabla N°2

- ✚ Con respecto a la capacidad de respuesta del personal que labora en los servicios de atención al cliente; el 53.7% considera estar insatisfecho. Tabla N°3

- ✚ Se evidencio que en la dimensión seguridad el 48% de los estudiantes consideran estar regularmente satisfecho. Tabla N°4

- ✚ Se observa que en la dimensión empatía del personal que labora en los servicios de atención al cliente; el 48% considera estar regularmente satisfecho. Tabla N°5

5.4 Recomendaciones

- ✚ Al encargado del área de logística de la Universidad, coordinar con su personal a cargo para monitorear y garantizar que las instalaciones físicas, equipos, material de comunicación y limpieza estén en buenas condiciones para su uso.

- ✚ Al jefe de área de recursos humanos de la Universidad, buscar herramientas para implementar un programa de capacitación con respecto a la atención al cliente, con el fin de mejorar el servicio de forma fiable y cuidadosa.

- ✚ Al Vicerrector de la Universidad, implementar un sistema de retroalimentación al cliente, a través de la colocación de un buzón de sugerencias en las instalaciones de la universidad, para que sean las partes interesadas quienes expresen su satisfacción y así poder medir el servicio.

- ✚ Al Vicerrector de la Universidad, efectuar una evaluación anual, sobre la satisfacción del estudiante a través del cuestionario SERVQUAL, para tomar los correctivos necesarios y brindar un buen servicio a los estudiantes, que inspiren credibilidad y confianza.

- ✚ Al Vicerrector de la Universidad, organizar reencuentros entre su personal a cargo , con el fin de intercambiar experiencias y propuestas de mejora sobre los clientes, en este caso los estudiantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alfaro, D y Pinedo, J (2015) “*Satisfacción del estudiante de la escuela profesional de enfermería con el desempeño docente. Universidad Privada Antenor Orrego, 2015*”.
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1665/1/RE_ENFER_SATISFACCION%20%80%93ESTU-DESEMPE-DOCENTE_TESIS.pdf.
- Álvarez, J, Chaparro, E y Reyes, E (2014) “*Estudio de la Satisfacción de los Estudiantes con los Servicios Educativos brindados por Instituciones de Educación Superior del Valle de Toluc*”. <http://www.rinace.net/reice/numeros/arts/vol13num2/art1.pdf>.
- Atenas, J (2006) *Estrategias bancarias aplicables a las bibliotecas: La satisfacción y fidelización de usuarios* Biblios [en línea] 2006, 7 (enero-marzo) Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16172301>> ISSN.
- Bernal, P (2000) *Metodología de la investigación* (1a. Ed ed.). Editorial Elipse. España. (p.222).
- Bloxham, S (2012) *Puedes ver la calidad frente a tus ojos: establecer estándares académicos entre la racionalidad y la interpretación*. Calidad en la Educación Superior, 18 (2), 185-204.
- Castillo, L; Dougnac, A y Rojas, V (2007) *Los predictores de satisfacción de pacientes en un centro hospitalario universitario*. Revista médica de Chile, 135(6), 696-701. Disponible en: [http:// www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872007000600002&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872007000600002&lng=es&tlng=es). 10.4067/S0034-98872007000600002.

- Candelas, C; Gurruchaga, M; Mejías, A y Flores, L (2013) “*Medición de la satisfacción estudiantil universitaria: Un estudio de caso en una Institución Mexicana*”.
[file:///C:/Users/Maribel%20Diaz/Downloads/2595-10669-1-PB%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Maribel%20Diaz/Downloads/2595-10669-1-PB%20(4).pdf).
- Carrasco, S (2009) *Gestión de Calidad y formación profesional*. Ed. N°1. Perú: San Marcos, p. 209, 210, 228.
- Cottle, D (1991) *El servicio centrado en el cliente*. España: Díaz de Santos.
- Crosby, P (1979) *La Calidad No Cuesta Nada*. 10 ed. Ed. Compañía Editorial Continental.
- De Castro, V (2012) *Mensuração da Satisfação dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior: dimensões e implicações*. Congresso Internacional de administração. Gestão Estratégica: Empreendedorismo e Sustentabilidade, Anais..., 2012.
- Eyzaguirre, O (2016) “*Expectativa y Satisfacción estudiantil por el servicio académico de la Universidad Privada de Tacna en el año 2015*”.
<http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/52/1/eyzaguirre-reinoso-omar.pdf>.
- Fornell, C (1992) *Un Barómetro Nacional de Satisfacción del cliente* [Barómetro nacional de satisfacción del consumidor]. *Journal of Marketing*, 56 (1), 6-21. Recuperado el 6 de junio, 2007, de la base de datos ProQuest Psychology Journals.

- Gento, S (2002) *La evaluación de la satisfacción educativa en un enfoque de calidad institucional*. En Castillo, S. (Coord.). *Compromisos de la evaluación educativa*. Madrid: Prentice Hall.
- Gento, S y Vivas, M (2003) *EL SEUE: Un Instrumento para Conocer la Satisfacción de los Estudiantes Universitarios con su Educación*. *Acción Pedagógica*, v. 12, n. 2, p.16-27.
- Hernández, R; Fernández, C; y Baptista, P (2010) *Metodología de la investigación* (3 a. Ed ed.). México, D.F., México: McGraw-Hill Interamericana. (pp. 539-540).
- Kotler, P (2003) *Marketing: Edición para Latinoamérica*. Madrid, España: Editorial PEARSON / Prentice Hall, 2003.
- Lamas, A (2000) *La Evaluación de los alumnos: Acerca de la justicia pedagógica*. Argentina: Santa Fe. p. 39 – 45.
- Lazo, J (2013) *Pedagogía Universitaria*. Ed. N°5. Perú: P. 47 – 51.
- Mejías, A y Martínez, D (2009) *Desarrollo de un instrumento para medir la Satisfacción Estudiantil en Educación Superior*. *Docencia Universitaria*, 10(2), 29-47.
- Mejías, A y Manrique, S (2011) *Dimensiones De La Satisfacción De Clientes Bancarios Universitarios: Una Aproximación Mediante El Análisis De Factores Ingeniería*

Industrial [En Línea] 2011, XXXII (Enero-Abril) Disponible en:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360433575007> ISSN 0258-5960.

Morales, V y Hernández, A (2004) *Calidad y satisfacción de los servicios: conceptualización*. EF y Deportes, Revista Digital 73, Junio 2. Recuperado el 15 de mayo, 2007 de <http://www.efdeportes.com/efd73/calidad.htm>

Nowell, C; Gale, L y Handley, B (2010) *Evaluar el desempeño de la facultad usando las evaluaciones de los estudiantes de la enseñanza en un entorno no controlado*. Evaluación y Evaluación en Educación Superior, 35 (4), 463-475.

Oliver, R (1993) *Bases cognitivas, afectivas y de atributos de la respuesta de satisfacción [Las bases cognitivas, afectivas y de atribución de la respuesta de satisfacción]*. The Journal of Consumer Research, 20 (3), 418-430. Recuperado el 15 de abril, 2007 de la base de datos JSTOR.

Parasuraman, A; Zeithaml, V; y Berry, L (1983) *SERVQUAL: una escala de elementos múltiples para medir las percepciones del consumidor sobre la calidad del servicio*. Journal of Retailing, 12-40.

Parasuraman, A; Zeithaml, V y Berry, L (1985) *Un modelo conceptual de calidad del servicio y sus implicaciones para futuras investigaciones*. Journal of Marketing, 41-50.

Parasuraman, A; Zeithaml, V y Berry, L (1993) *Refinamiento y reevaluación de la escala SERVQUAL. Journal of Retailing*, 420-450.

Pérez, F; Martínez, P y Martínez, M (2015) “*Satisfacción del estudiante universitario con la tutoría. Diseño y validación de un instrumento de medida*”.
[file:///C:/Users/Maribel%20Diaz/Downloads/3452-13483-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Maribel%20Diaz/Downloads/3452-13483-1-PB%20(2).pdf).

Pichardo, C; García, Ana; De la Fuente, J. y 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, 9 (1). Consultado en:
<http://redie.uabc.mx/vol9no1>

Righi, A; Jorge, S; Angeli, A (2006) *Escala de Satisfacción como a experiencia académica de estudiantes de educación superior*. *Avaliação Psicológica*, v. 5, n. 1, p. 11-20.

Spooren, P; Brockx, B y Mortelmans, D (2013) *Sobre la validez de la evaluación de la enseñanza por parte del alumno: El estado del arte*. *Revisión de Educational Research*, 83 (4), 598-642.

Zabalza M (2002) *La enseñanza universitaria, el escenario y sus protagonistas*. España: Narcea,.p. 105

Zas, Bárbara (2002) *La satisfacción como indicador de excelencia en la calidad de los servicios de salud*. Publicado en la revista electrónica psicología científica en el 2002
<http://psicologiacientifica.com>.

Anexos

FICHA TÉCNICA PARA EL INSTRUMENTO

I. DATOS INFORMATIVOS:

- 1.1. Denominación : Encuesta
- 1.2. Tipo de Instrumento : Cuestionario
- 1.3. Autor : Parasuraman, Zeithaml y Berry (1991)
- 1.4. Origen : Estados Unidos
- 1.5. Adaptación Peruana : Emilio Cabello, Jesús L. Chirinos (2012) Universidad Cayetano Heredia
- 1.6. Medición : Fiabilidad, tangibilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.
- 1.7. Administración : Su aplicación se puede hacer desde los 16 años hacia adelante.
- 1.8. Tiempo de aplicación : 30 min.
- 1.9. Forma de Aplicación : Individual o colectiva

II. OBJETIVO.

El Servqual es un cuestionario estándar para evaluar la satisfacción que los clientes tienen de un servicio que les brinda una institución.

III. DIMENSIONES ESPECÍFICAS A EVALUAR.

3.1. Tangibilidad

- Instalaciones físicas
- Equipos
- Aspecto personal de los trabajadores

3.2. Fiabilidad

- Confianza
- Puntualidad
- Cumplimiento de ofrecimientos

3.3. Capacidad de respuesta

- Disposición de ayuda

- Respuesta rápida
- Cumplimiento en tiempo de los compromisos

3.4. Seguridad

- Conocimiento
- Cortesía

3.5. Empatía

- Atención individualizada
- Horarios adecuados

IV. INSTRUCCIONES.

- 4.1. El cuestionario consta de 22 ítems, distribuido en las cinco dimensiones; tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.
- 4.2. Cada ítem fue evaluado a través de la escala de Likert totalmente insatisfecho (1), poco satisfecho (2), satisfechos (3), bastante satisfecho (4) y totalmente satisfecho (5).

V. MATERIALES.

Cuestionario y lápiz

VI. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.

Para llevar a cabo la validación concurrente, se clasifica a los encuestados en dos categorías, unos con una baja percepción de la calidad de servicio (puntuaciones inferiores a la media), y otros con una alta percepción de la calidad de servicio (puntuaciones por encima de la media). Luego se procede a determinar si existe alguna diferencia significativa entre ambas categorías utilizando una pregunta auxiliar que está orientada hacia la satisfacción total. Si existe alguna diferencia en la opinión de ambos grupos se puede decir que la escala es válida

Para verificar que el instrumento tiene validez predictiva se realizó un análisis de regresión para obtener los coeficientes de correlación y determinación necesarios para determinar la validez predictiva.

En este caso, los valores del coeficiente de correlación múltiple y el coeficiente de determinación múltiple fueron de 0,601 y 0,344 respectivamente, con un nivel de significación de 0,001; lo cual prueba la relación existente entre las variables mencionadas, por esta razón, el instrumento tiene validez predictiva.

Confiabilidad: El valor del Alfa de Cronbach obtenidos en este análisis fue 0.902, el cual revela una alta homogeneidad para todas las variables y similitud de respuesta para todos los encuestados, ya que “valores por encima de 0,8 indican consistencia muy aceptable para los elementos de la escala, y valores por encima de 0,9 indican gran consistencia”

VII. EVALUACIÓN.

NIVELES	PUNTAJE GENERAL
Alta satisfacción	81 – 110
Regular satisfacción	52 – 80
Baja satisfacción	22 – 51

CUESTIONARIO PARA LA SATIFACCION

Estimado Estudiante:

Estoy realizando una investigación sobre la Satisfacción del estudiante acerca de los servicios de atención al cliente que brinda la UAP filial Piura, para concluir el estudio es necesario aplicar el presente cuestionario; por ello es que solicito su colaboración para contestar las preguntas que se plantean.

Los datos obtenidos serán para uso exclusivo del estudio y se mantendrán con mucha reserva.

Le agradezco por su apoyo ya que es muy importante su opinión para la mejora

Instrucciones

Lee cuidadosamente las preguntas y responde con sinceridad marcando con una (X) que tú consideres correcta. Recuerda tu opinión es importante

1 Totalmente insatisfecho	2 Poco satisfecho	3 Satisfecho	4 Bastante satisfecho	5 Totalmente satisfecho
-------------------------------------	-----------------------------	------------------------	---------------------------------	-----------------------------------

N°	<u>ITEMS</u>	1	2	3	4	5
<u>DIMENSION 1: ELEMENTOS TANGIBLES</u>						
Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación						
1	Las instalaciones cuentan con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva	1	2	3	4	5
2	Las instalaciones físicas de la Escuela son visualmente atractivas	1	2	3	4	5
3	El personal que lo atiende tiene apariencia pulcra	1	2	3	4	5
4	Los elementos materiales (folletos, reportes y similares) son visualmente atractivos	1	2	3	4	5
<u>DIMENSIÓN 2: CONFIABILIDAD</u>						
Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa						
5	Cuando el personal de la institución promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace	1	2	3	4	5
6	Cuando tienes un problema, el área que lo atiende muestra un sincero interés en solucionártelo	1	2	3	4	5
7	El personal del área que lo atendió realiza bien el servicio la primera vez	1	2	3	4	5
8	El personal del área que lo atendió concluye el servicio en el tiempo prometido	1	2	3	4	5
9	El personal de la institución insiste en mantener registros exentos de errores	1	2	3	4	5

DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Disposición y voluntad del personal para ayudar al estudiante y proporcionar el servicio

10	El personal de la institución le comunica cuándo concluirá la realización del servicio	1	2	3	4	5
11	El personal de la institución le ofrece un servicio puntual	1	2	3	4	5
12	El personal de la institución siempre está dispuesto a ayudarlo	1	2	3	4	5
13	El personal de la institución nunca está demasiado ocupado para atenderle	1	2	3	4	5

DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD

Conocimiento y atención mostrados por el personal y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza

14	El comportamiento del personal de la institución le inspira confianza	1	2	3	4	5
15	Usted se siente seguro en sus trámites con la institución	1	2	3	4	5
15	El personal de la institución es siempre amable con usted	1	2	3	4	5
17	El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas	1	2	3	4	5

DIMENSIÓN 5: EMPATÍA

Atención individualizada que ofrecen las áreas a los estudiantes

18	La institución le da una atención individualizada	1	2	3	4	5
19	La institución tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus estudiantes	1	2	3	4	5
20	La institución tiene personal que le ofrece una atención personalizada	1	2	3	4	5
21	El personal de la institución se preocupa por los mejores intereses de sus estudiantes	1	2	3	4	5
22	La institución comprende las necesidades específicas de sus estudiantes.	1	2	3	4	5