



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución - 4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>





**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis

**Calidad de los servicios académicos y la  
satisfacción de los estudiantes de  
Administración de la Universidad Nacional de  
San Martín - 2020**

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración

**Autores:**

Andres Arbildo García

<https://orcid.org/0009-0002-3731-8955>

Yhanely Aguilar Bustamante

<https://orcid.org/0009-0006-7654-2545>

**Asesora:**

Lic. Adm. MBA. Seidy Janice Vela Reátegui

<https://orcid.org/0000-0002-6491-8879>

**Tarapoto, Perú**

2023



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Tesis

**Calidad de los servicios académicos y la  
satisfacción de los estudiantes de  
Administración de la Universidad Nacional de  
San Martín - 2020**

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración

**Autores:**

**Andres Arbildo García**

**Yhanely Aguilar Bustamante**

**Sustentado y aprobado el 23 de agosto de 2023, por los siguientes jurados:**

**Presidente de Jurado**  
Dr. Víctor Andrés Pretell Paredes

**Secretario de Jurado**  
Lic. Adm. Mg. Carlos Alberto  
Saldaña Pinto

**Vocal**  
Lic. Adm. Mtro. Luis Alberto  
Ríos López

**Asesora**  
Lic. Adm. MBA. Seidy Janice  
Vela Reátegui

**Tarapoto, Perú**  
**2023**



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE SAN MARTÍN



FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS

SECRETARÍA DE INVESTIGACIONES  
Y DESARROLLO DE LA CALIDAD EDUCATIVA - UNSM/CF

## **ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN CONDUCENTES A GRADOS Y TÍTULOS Nº 048**

**Jurado reconocido con Resolución N°241-2021-UNSM/FCE-CF/NLU; Facultad de Ciencias Económicas, Escuela profesional de Administración /Programa de pregrado.**

En el auditorio de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, a las **11:00 am horas** del día **miércoles 23 de agosto del año dos mil veintitrés**, inició al acto público de sustentación del trabajo de investigación: **"CALIDAD DE LOS SERVICIOS ACADÉMICOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - 2020"**, para optar el título profesional de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**, presentado por los Bachilleres **ANDRES ARBILDO GARCIA Y YHANELY AGUILAR BUSTAMANTE**, bajo la asesoría de la **Lic. Adm. MBA SEIDY JANICE VELA REÁTEGUI**.

Instalada la Mesa Directiva conformada por el **Dr. VÍCTOR ANDRÉS PRETELL PAREDES** (presidente del jurado), **Lic. Adm. Mg. CARLOS ALBERTO SALDAÑA PINTO** (secretario), **Lic. Adm. Mtro. LUIS ALBERTO RIOS LOPEZ** (Vocal) y acompañado por la **Lic. Adm. MBA SEIDY JANICE VELA REÁTEGUI** (Asesora), el presidente del jurado dirigió brevemente unas palabras y a continuación el secretario dio lectura la **Resolución N° 241-2021-UNSM/FCE-CF/NLU**.

Seguidamente los autores expusieron el trabajo de investigación y el jurado realizó las preguntas pertinentes, respondido por los sustentantes y eventualmente, con la venia del jurado, por la asesora.

Una vez terminada la ronda de preguntas los jurados procedieron a deliberar para determinar la calificación final, para lo cual dispuso un receso de quince (15) minutos, con participación de la asesora con voz, pero sin voto; sin la presencia de los sustentantes y otros participantes del acto público.



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE SAN MARTIN



FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS

ESTADÍSTICA Y CÁLCULO DE PROBABILIDADES  
M. ALCANTARA N. 314 - 100 (TEL) 02242000000 - 2019/2020

4.2 del RG – CTI, la nota de sustentación otorgada resultante del promedio aritmético de los calificativos emitidos por cada uno de los miembros del Jurado fue,.....17.....; tal como se deja constar.

Se deja constancia que la presente acta se inscribe en el Libro de Sustentaciones N° 001 de la Facultad de Ciencias Económicas.

Firman los integrantes del Jurado; los autores del trabajo de investigación, y la asesora en señal de conformidad, dando por concluido el acto a las...12:05.....horas, el mismo día.

  
Dr. VÍCTOR ANDRÉS PRETELL PAREDES  
PRESIDENTE

  
Lic. Adm. Mg. CARLOS ALBERTO SALDAÑA PINTO  
SECRETARIO

  
Lic. Adm. Mtro. LUIS ALBERTO RÍOS LOPEZ  
VOCAL

  
ANDRÉS ARBILDO GARCIA  
AUTOR 1

  
YHANELY AGUILAR BUSTAMANTE  
AUTOR 2

  
Lic. Adm. MBA SEIDY JANICE VELA REÁTEGUI  
ASESORA

## Declaratoria de autenticidad

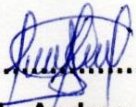
**Andres Arbildo García**, identificado con DNI N° 74568049 y **Yhanely Aguilar Bustamante**, con DNI N° 74047372, egresados de la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas, de la Universidad Nacional de San Martín, con la tesis titulada: **Calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020.**


Declaramos bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de nuestra autoría.
2. La redacción se realiza respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información contenida en la tesis no está plagiada.
4. Los datos presentados en los resultados son reales y no han sido modificados ni copiados, por lo que la información contenida en este estudio debe considerarse un aporte a la práctica investigativa.

Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 23 de agosto de 2023.

  
.....  
**Bach. Andres Arbildo García**  
DNI. N° 74568049

  
.....  
**Bach. Yhanely Aguilar Bustamante**  
DNI. N° 74047372

## Ficha de identificación

<p><b>Título del proyecto:</b> Calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020.</p>	<p><b>Área de investigación:</b> Ciencias Administrativas. <b>Línea de investigación:</b> Modernización de los procesos de gestión. <b>Sublínea de investigación:</b> Gestión Administrativa. <b>Grupo de investigación:</b> Resolución N° 311-2022-UNSM/FCE-D/NLU. <b>Tipo de investigación:</b> Aplicada</p>
<p><b>Autores:</b>  Andres Arbildo García Yhanely Aguilar Bustamante</p>	<p>Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Administración <a href="https://orcid.org/0009-0002-3731-8955">https://orcid.org/0009-0002-3731-8955</a> <a href="https://orcid.org/0009-0006-7654-2545">https://orcid.org/0009-0006-7654-2545</a></p>
<p><b>Asesora:</b> Lic. Adm. MBA. Seidy Janice Vela Reátegui</p>	<p><b>Dependencia local de soporte:</b> Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Administración. <a href="https://orcid.org/0000-0002-6491-8879">https://orcid.org/0000-0002-6491-8879</a></p>

## **Dedicatoria**

A nuestras familias, que nos han acompañado en cada emprendimiento desde la fundación de la Universidad, gracias a ellos hemos ido logrando poco a poco las metas que nos propusimos, con vuestros consejos, apoyo y buenos deseos. Sin duda, siempre serán nuestro apoyo absoluto.

**Andres & Yhanely**



## **Agradecimiento**

En primer lugar, a Dios y el agradecimiento a nuestros queridos padres que desde pequeños nos inculcaron buenos valores para convertirnos en las personas que somos hoy.

En segundo lugar, agradecer a nuestra Universidad por formarnos profesionalmente con conocimientos de alto nivel y creer siempre en nosotros y en nuestra inteligencia.

De igual forma muchas gracias a nuestra asesora. Lic Adm. MBA. Seidy Janice Vela Reátegui, por su tiempo y paciencia durante el desarrollo de nuestra tesis.

**Los autores**

## Índice general

Ficha de identificación.....	6
Dedicatoria.....	7
Agradecimiento .....	8
Índice general.....	9
Índice de tablas.....	11
Índice de figuras.....	12
RESUMEN.....	13
ABSTRACT.....	14
CAPITULO I INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN.....	15
CAPITULO II MARCO TEÓRICO .....	19
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	19
2.2. Fundamentos teóricos.....	23
CAPITULO III MATERIALES Y MÉTODOS.....	33
3.1. Ámbito y condiciones de la investigación .....	33
3.1.1 Contexto de la investigación.....	33
3.1.2. Periodo de ejecución .....	33
3.1.3. Autorizaciones y permiso .....	33
3.1.4. Control ambiental y protocolo de bioseguridad.....	33
3.1.5. Aplicación de principios éticos internacionales .....	33
3.2. Sistema de Variables .....	33
3.2.1. Variables principales.....	33
3.2.2 Variables secundarias .....	34
3.3. Procedimientos de la investigación .....	36
CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSIONES .....	40
4.1. Resultados.....	40
4.2. Discusiones .....	57
CONCLUSIONES .....	60

RECOMENDACIONES.....	61
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	62
ANEXOS .....	66

## Índice de tablas

Tabla 1 Descripción de las variables por objetivo específico 1 .....	35
Tabla 2 Descripción de las variables por objetivo 2.....	35
Tabla 3 Descripción de las variables por objetivo específico 3.....	36
Tabla 4 Población .....	37
Tabla 5 Muestra.....	38
Tabla 6 Prueba de Kolmogòrov-Smirnov para una muestra .....	40
Tabla 7 Virtualidad del servicio (servicio de enseñanza virtual).....	41
Tabla 8 Capacidad de respuesta (Respuesta pronta y eficaz).....	42
Tabla 9 Fiabilidad (servicio prometido con formalidad y exactitud) .....	43
Tabla 10 Seguridad (Competencia y cortesía del personal que infunde confianza) ....	44
Tabla 11 Empatía.....	45
Tabla 12 Satisfacción de los servicios virtuales .....	46
Tabla 13 Satisfacción con la capacidad de respuesta.....	47
Tabla 14 Satisfacción con la fiabilidad.....	48
Tabla 15 Satisfacción con la seguridad.....	49
Tabla 16 Satisfacción con la empatía .....	50
Tabla 17 Correlación de virtualidad del servicio con las dimensiones de satisfacción de los estudiantes.....	51
Tabla 18 Correlación de capacidad de respuesta con las dimensiones de satisfacción de los estudiantes .....	52
Tabla 19 Correlación de fiabilidad con las dimensiones de satisfacción de los estudiantes .....	52
Tabla 20 Correlación de seguridad con las dimensiones de satisfacción de los estudiantes.....	53
Tabla 21 Correlación de empatía con las dimensiones de satisfacción de los estudiantes .....	54
Tabla 22 Correlación de virtualidad de servicio y la variable satisfacción de los estudiantes.....	54
Tabla 23 Correlación de capacidad de respuesta y la variable satisfacción de los estudiantes.....	55
Tabla 24 Correlación de fiabilidad y la variable satisfacción de los estudiantes.....	55
Tabla 25 Correlación de seguridad y la variable satisfacción de los estudiantes.....	56
Tabla 26 Correlación de empatía y la variable satisfacción de los estudiantes.....	56
Tabla 27 Correlación de la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los estudiantes.....	57

## Índice de figuras

Figura 1. Virtualidad del servicio.....	41
Figura 2. Capacidad de respuesta .....	42
Figura 3. Fiabilidad .....	43
Figura 4. Seguridad.....	44
Figura 5. Empatía .....	45
Figura 6. Satisfacción de los servicios virtuales .....	46
Figura 7. Satisfacción con la capacidad de respuesta .....	47
Figura 8. Satisfacción con la fiabilidad.....	48
Figura 9. Satisfacción con la seguridad.....	49
Figura 10. Satisfacción con la empatía.....	50

## RESUMEN

La competencia a nivel intelectual exige que la generación del siglo XXI y las posteriores reciban educación de alta calidad en todos los niveles y en todos los países del mundo. Por ello se realizó la investigación titulada: Calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín – 2020. El propósito principal fue determinar la relación de la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020. El tipo de estudio fue aplicado; el diseño de la investigación es no experimental, asimismo la investigación contó con una muestra de 101 alumnos del VI al X ciclo de Administración, ellos respondieron un cuestionario de 64 ítems, para la recolección de datos de ambas variables. Los resultados muestran que los niveles de satisfacción son aceptables, encontrándose que, el 66% afirma que servicio de enseñanza virtual es regular y del 63% su satisfacción es regular, el 86% menciona que la capacidad de respuesta es buena y del 54% su satisfacción es regular, el 52% considera que la fiabilidad es buen y del 47% su satisfacción es regular, el 71% cree que la seguridad es buena y del 47% su satisfacción es regular y el 55% afirma que la empatía es buena y del 47% su satisfacción es regular. Pudiendo llegar así la siguiente conclusión, con una probabilidad de error de 0,00 existe correlación positiva alta con Rho de Spearman  $r = 0,754$  entre las variables calidad del servicio académico y la satisfacción de los estudiantes. Finalmente, la variable calidad de los servicios académicos tiene alta influencia en la satisfacción de los alumnos.

**Palabras claves:** Calidad de servicios, satisfacción de estudiantes, servicios académicos.

## ABSTRACT

Intellectual competence demands that the generation of the 21st century and beyond receive high-quality education at all levels and in all countries of the world. For this reason, the research entitled Quality of academic services and satisfaction of Administration students of the National University of San Martín - 2020 was carried out, with the general objective of determining the relationship between the quality of academic services and the satisfaction of students. students of the Professional Academic School of Administration of the National University of San Martín - 2020. The type of study was applied; the research design is non-experimental: likewise, the research had a sample of 101 students from the sixth to the tenth cycle of the Professional Academic School of Administration, to whom a 64-item survey was applied to collect data for both variables. The results show that the levels of satisfaction are acceptable, finding that 66% affirm that the virtual teaching service is regular and 63% their satisfaction is regular, 86% mention that the responsiveness is good and 54% their satisfaction is regular, 52% consider that reliability is good and 47% their satisfaction is regular, 71% believe that security is good and 47% their satisfaction is regular and 55% affirm that empathy is good and of 47% their satisfaction is regular. Being able to reach the following conclusion, with a probability of error of 0.00, there is a high positive correlation with Spearman's Rho  $r=0.754$  between the variables quality of academic service and student satisfaction. Finally, the variable quality of academic services has a high influence on student satisfaction.

Keywords: Quality of services, student satisfaction, academic services.



# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

La competencia a nivel intelectual exige que la generación del siglo XXI y las posteriores reciban educación de alta calidad en todos los niveles y en todos los países del mundo. La UNESCO (1998) en la Declaración Mundial respecto a la Educación superior del siglo XXI fue realizado en París en el año 1998, concluyendo que es necesario que la Educación Superior enfrente las dificultades a consecuencia de un entorno cambiante y globalizado con el ideal de alcanzar el posicionamiento efectivo la sociedad del conocimiento (p. 1).

Todo estudiante universitario tiene acceso al internet que le ayuda a investigar los servicios que prestan las diferentes universidades, esto le permite hacer comparaciones y calificar el nivel de servicio que recibe del ámbito académico en el que se encuentra. Conocedor de sus derechos exige que se avale la eficacia de los servicios ofrecidos y proporcionados por la dependencia universitaria en la que se encuentran (Castaño, 2011). Los jóvenes egresados de los colegios analizan los ofrecimientos de las universidades y deciden postular a la que se asemeja con sus expectativas, esperando ser satisfecho en sus necesidades como estudiante y futuro profesional.

Para cumplir con las perspectivas de los estudiantes, las instituciones de educación superior pueden lograr este objetivo recopilando continuamente datos sobre la satisfacción de los alumnos. Beltyukova y Fox (2002) mencionan que los colegios y universidades en todo el mundo utilizan información respecto a las satisfacciones de los estudiantes para comprender, mejorar y modificar la infraestructura de los centros académicos, con la finalidad de ofrecer a sus alumnos ambientes que propicien un buen desarrollo del alumno.

Sólo con las satisfacciones de los alumnos es posible conseguir el triunfo académico, la persistencia de los alumnos en las instituciones académicas y, sobre todo, la alineación de una valoración positiva boca a oreja. En este sentido, Alves y Raposo (2004) afirman que es considerablemente importante encontrar formas confiables de medir la satisfacción de los alumnos en la educación superior es sumamente importante, permitiendo así que las instituciones educativas conozcan su realidad, la comparen con otros competidores y la analicen a lo largo del tiempo (p. 74).

La satisfacción de los alumnos universitarios se conceptualizada como la sensación de bienestar que experimentan los alumnos cuando sienten que sus expectativas académicas se cumplen a través de las actividades que realiza la institución para



satisfacer sus necesidades educativas. Los estudios sobre la satisfacción de los alumnos en las universidades como indicador de la calidad educativa son especialmente importantes, porque la satisfacción de los estudiantes ayuda a mejorar los resultados del aprendizaje (Garbanzo, 2007) disminuye la deserción (Alves & Raposo, 2004). La satisfacción los alumnos universitarios es muy importante para las universidades licenciadas y que están en proceso de acreditación, porque los alumnos son llamados a calificar el servicio que reciben; además, los alumnos egresados de los colegios antes de elegir a una casa superior a la que postularán, preguntan sobre la calidad del servicio que brinda la universidad. Así también existen empresas privadas que tienen preferencia por profesionales egresados de universidades que ganan prestigio por los buenos comentarios de sus egresados; por ello se considera, la calidad del servicio que reciben el alumno, garantiza la supervivencia de la institución.

Por lo antes mencionado se realizará la investigación titulada Calidad de los servicios académicos y su relación con la satisfacción de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2021 que tendrá como objetivo, Determinar la relación de la calidad de los servicios académicos con la satisfacción de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín.

### **Formulación del problema de investigación**

¿Cuál es la relación de la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020?

Hipótesis de la investigación

#### **Hipótesis general**

**Hi:** La calidad de los servicios académicos se relaciona significativamente con la satisfacción de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín – 2020.

**Ho:** La calidad de los servicios académicos no se relaciona significativamente con la satisfacción de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín – 2020.

Los objetivos planteados fueron:

#### **Objetivo General.**

Determinar la relación de la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín – 2020.

**Objetivos Específicos.**

- a. Identificar el nivel de la calidad de los servicios académicos y el nivel de satisfacción de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín – 2020.
- b. Analizar la influencia de las dimensiones de la calidad de los servicios académicos en las dimensiones de la satisfacción de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín – 2020.
- c. Establecer la relación de las dimensiones de la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín- 2020.

**Justificación de la Investigación****Justificación teórica**

Se sustenta en los estudios investigativos realizados por Parasuraman, Zeithalm y Berry (1988); Zeithalm (2000) y Handayani & Pattiasina (2019) y otros investigadores que aportaron teoría para los antecedentes y bases teóricas con la inferencia de Parasuraman, Zeithalm y Berry (1988) mencionó que las expectativas de satisfacción del cliente juegan un papel central en la evaluación del servicio brindado por el establecimiento, en el cual los clientes evalúan el servicio en base a lo que esperan, esperan que se les brinde el servicio para que sientan que están recibiendo (p. 76).

**Justificación metodológica**

Se justifica de manera metodológica, porque se utiliza un instrumento adaptado a un contexto de pandemia, donde la mayoría de los servicios son virtuales, este instrumento servirá para medir las variables: calidad de servicios académicos y la satisfacción estudiantil lo que permitió obtener información que refleje la realidad de la institución en estudio.

La justificación metodológica tiene fundamento en Parasuraman, Zeithalm y Berry (1988) quienes plantean un instrumento que mide la eficacia de los servicios considerando en una de sus dimensiones la tangibilidad que fue sustituido por la calidad de los servicios virtuales por la situación de pandemia que no permite clases en las aulas con presencialidad física.

**Justificación práctica**

La investigación se justifica en la práctica porque ayudará a identificar cuáles son los componentes de los bienes educativos brindados que afectan negativamente el

incremento de la satisfacción de los alumnos de Administración -2020. Posibilitando la toma de medidas correctivas necesarias de las causas que están generando efectos negativos, considerando que el licenciamiento de universidades será permanentemente verificado, constituyéndose un instrumento preciso para la política, proyección y la gestión universitaria.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### **2.1. Antecedentes de la Investigación.**

##### **A nivel Internacional.**

Handayani y Pattiasina (2019) realizaron una averiguación denominada “Servicios Académicos de Calidad Antecedente hacia el Nivel de Satisfacción de los Estudiantes en la Unidad del Programa de Educación Universitaria a Distancia Terbuka Jayapura”, el este estudio examinó los antecedentes de la eficacia de los servicios académicos hacia el nivel de agrado de los alumnos en Indonesia. La prueba se realizará en una muestra de 226 encuestados. El método de muestreo utilizado fue el muestreo intencional. Los datos se recopilaron mediante encuesta directa. Además, el examen de hipótesis se realizará empíricamente mediante regresión múltiple. Los resultados mostraron un valor constante de 2,075. Significa que, si no hay un aumento en el valor de la confiabilidad, entonces, la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía, los tangible, así como la cantidad del valor de satisfacción es de 2,075. Además, el siguiente coeficiente es la empatía. El puntaje es 0,453. Indica que los valores de empatía aumentan, o incluso mejoran. En otras palabras, un aumento de la satisfacción toma el valor de la empatía para 0,435. El siguiente coeficiente es tangible para 0,321, indica que cuando el valor de tangible aumentó, entonces la satisfacción aumentará por el valor del coeficiente de regresión. Asumiendo que el valor de confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y tangibles no cambia.

Rossato et al. (2020) realizaron un estudio titulado “Satisfacción académica de estudiantes de educación superior: el caso de un estudiante universitario” tuvo el objetivo es determinar el nivel de satisfacción de los estudiantes en el aprendizaje. de los cursos de Educación Superior en una institución pública de Rio Grande do Sul. Para que recolecten los datos aplicaron un cuestionario a 384 estudiantes, los datos fueron analizados con el software SPSS, utilizando las pruebas estadísticas U Mann Whitney para dos grupos y Kruskal Wallis más de dos grupos, con el fin de verificar las diferencias de satisfacción con respecto a las variables de perfil. Los resultados indicaron que los alumnos varones de la carrera de Economía y las personas mayores tienen experiencias más satisfactorias con su formación académica. En preguntas cualitativas, se identificó una fuerte influencia del docente para la satisfacción con el curso, además de las limitaciones entre la unificación de la teoría y la práctica en las disciplinas. Los estudiantes están satisfechos con el curso en el que están matriculados, considerando que la escala utilizada varía de 1 a 5 y la media se sitúa en el 4,22. Como las respuestas

denotan una satisfacción positiva por el curso, es posible inferir que los estudiantes tienen una concepción favorable de la satisfacción de sus necesidades y, por ello, son propensos a promover el curso a las personas que conocen. La satisfacción es un factor fundamental para una buena formación académica de los estudiantes, ya que incide directamente en la calidad de su desarrollo personal y profesional. Por tanto, las universidades deben ser conscientes de las necesidades de la población estudiantil, para garantizar una buena formación profesional. Por ello, se justifica una investigación que busque comprender la realidad académica en medio de estas inversiones iniciales en educación, a fin de evaluar si todo lo invertido está siendo monitoreado y aplicado para una buena experiencia académica.

Castañeda et al. (2019) en su investigación denominado “Análisis de la calidad de los servicios académico administrativos en una universidad colombiana”, el estudio se realizó en la Universidad de Boyacá y tuvo como propósito determinar cómo percibían los alumnos con relación a los servicios ofertados, para ello usaron el Servqualing como instrumento que fue aplicado a una muestra de 832 estudiantes quienes se seleccionaron por el método sistemático. Los autores analizaron los factores y demostraron que 3 dimensiones alcanzaron el 61,39% de la variación que explicaron,  $KMO=0,973$  con determinante 0,01325. Utilizaron Alpha de Cronbach en la medida de la fiabilidad del instrumento encontrando un valor de 0,949, considerada alta fiabilidad y validez externa e interna. Evidenciando que tuvieron buena percepción de 4,08 (80 %) para la calidad total brindada en los servicios académicos de la administración hacia los alumnos.

Castillo et al. (2017) realizaron una investigación denominada “Percepción de satisfacción de los estudiantes de enfermería en el uso de la simulación clínica” el estudio lo realizaron en la Universidad Autónoma del Carmen, la misma que se encuentra al sureste de México, su objetivo fue determinar la percepción, las variables. Los investigadores utilizaron el diseño cualitativo con una muestra no probabilística, trabajaron con 8 alumnos del segundo año en Licenciatura en Enfermería a quienes realizaron entrevistas semiestructuradas, según el modelo de Miller para evaluar el nivel competencias profesionales. Los investigadores encontraron que los alumnos mencionaron que utilizar los simuladores clínicos es una estrategia excelente para que aprendan porque pueden fusionar la práctica y teoría sin lastimar a terceras personas, usaron el simulador clínico, potenciar el pensamiento crítico, fortalecer culturas, habilidades, habilidades, la toma de decisiones y la ética profesional.

### **A Nivel Nacional.**

Pumacayo et al. (2020) realizaron una investigación titulada “Responsabilidad social universitaria y la calidad de servicio administrativo”. Perú. El propósito de la investigación fue determinar si existe relación entre la variable responsabilidad social de las universidades (RSU) y calidad de los servicios administrativos (CSA) en las universidades. Los investigadores trabajaron con la metodología hipotético-deductivo, aplicando un estudio básico correlacional transversal, con diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 268 alumnos que se eligieron en un muestreo probabilístico, conformada por 268 estudiantes. Los resultados demuestran que el 35,4% de encuestados califican como negativa a la variable responsabilidad social universitaria, 33,2% consideran como regular; el 14,6% consideraron buena; el 8,6% afirma que es deficiente y solamente el 8,2% consideraron como eficiente. Respecto a los impactos cognitivos el 47% calificaron como malo a los impactos sociales en la universidad, el 24,6% consideraron regular, el 12,7% calificaron como bueno, el 8,2% consideran eficiente y solamente un 7,5% consideraron como deficiente. En cuanto a la responsabilidad social, el 3% la consideró como eficiente igual que la CSA; el 4,9% menciona como buena a la RSU y como regular la calidad de servicio administrativo. El 20,9% afirmó que la RSU y la CSA es regular y el 26,5% considera la RSU y la CSU es mala; el 6,7% considera la RSU y la CSU es deficiente. Finalmente, los investigadores demostraron que existe una relación significativa entre la variable responsabilidad social de la universidad y la calidad del servicio administrativo con un valor significancia de  $p < 0,05$  y Spearman Rho = 0,896 con una correlación positiva alta.

Jiménez y Zeta (2020) en su investigación denominada “Calidad del servicio, satisfacción y Fidelización de alumnos en la Facultad de Administración de universidades peruanas se aplica una encuesta para (manteniendo el nombre en anonimato), el estudio tuvo el propósito de realizar la definición de las variables para que determinen la percepción de la calidad y relacionen con la satisfacción y. Se aplicó una encuesta a alumnos de la universidad pública y una privada. Los autores contrastaron las hipótesis utilizando las ecuaciones estructurales. A los alumnos universitarios les propusieron un modelo donde medían la satisfacción mediante la respuesta a la calidad percibida; y la lealtad es considerada efecto del agrado. Los resultados demostraron que con un nivel de significancia  $p < 0,01$  el valor percibido no impacta de manera importante en la satisfacción del alumno. La lealtad afectiva, comportamental y cognitiva explica significativamente ( $p < 0,01$ ) el nivel de satisfacción de los alumnos. La calidad del servicio explica en forma significativa ( $p < 0,01$ ) al valor percibido del servicio. La satisfacción de los estudiantes de instituciones universitarias

públicas o nacionales difieren significativamente ( $p < 0,05$ ) de las universidades privadas; diferencias similares se observaron en cuanto al valor percibido del servicio que brindan universidades públicas y privadas.

Astete (2018) “Calidad de servicio educativo y satisfacción estudiantil en los alumnos de la escuela profesional de contabilidad de la Universidad Alas Peruanas Filial Cusco - 2018”. El estudio fue cuantitativo, de alcance correlacional y diseño no experimental en la investigación utilizará el total de 282 alumnos como población de la mencionada escuela profesional, los alumnos llenaron un instrumento documental estructurado a escala Likert. Los resultados demostraron que el 53,68% de participantes en la investigación considera como malo al servicio recibido; el 24,26% afirman que es regular; 9,93% lo consideran bueno; 9,56% manifiestan como muy malo y solamente 2,57% de alumnos indican que es muy bueno. El 62,80% de alumnos consideraron regular; 30,50% manifestaron como mala, el 5,32% es bueno y solamente el 2,48% calificaron como muy bueno a la calidad de servicio docente. 62,80% de participantes en la investigación consideraron inadecuada; el 37,59% manifestaron que es mala; el 22,70% indicaron como muy mala y solamente el 2,13% manifiesta que es muy bueno la eficacia del servicio administrativo. Respecto a calidad de servicios básicos y equipamiento el 62,80% la considera regular, el 40,28% manifiesta que es muy malo, el 22,97% lo califica como malo y solo el 0,35% manifestó que es muy bueno.

Inquilla et al. (2017) realizaron el estudio “La calidad educativa y administrativa vista desde dentro: Caso Universidad Nacional Del Altiplano (UNA-P) – Puno –Perú 2017” el objetivo del estudio fue identificar confirmar la confiabilidad externa e interna al evaluar la calidad percibida y los determinantes del servicio; el diseño del estudio fue transversal y correlacional. La muestra fue constituida por alumnos, catedráticos y administrativos de la UNA-P, con muestreo aleatorio simple. Utilizaron un cuestionario Servqual con Liker. Con significancia estadística  $F = 0,000$  y coeficiente de determinación  $R^2 = 0,899$  la calidad del servicio demuestra implicancia en la variación en la calidad de servicio durante el proceso de enseñanza-aprendizaje, calidad de la formación docente, infraestructuras físicas, bibliotecas, centros de cómputo, laboratorios, gestión administrativa y mecanismos de aviso proyectados.

### **A Nivel Local/Regional.**

Arce y Arana (2017) en su trabajo “Relación entre la calidad de servicios académicos y la satisfacción en los estudiantes de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto – 2017”. el objetivo de este estudio fue determinar el grado de relación existe en las variables mencionadas en el título del estudio. Este estudio investigativo tuvo nivel

descriptivo y proposicional con un diseño correlacional transversal. La muestra está compuesta por 476 estudiantes, la herramienta propuesta por Municio (2000) es la variable calidad del servicio académico que incluye 17 variables, la confiabilidad alfa de Cronbach es de 0,918 y la variable satisfacción se mide con la herramienta propuesta por Gento y Vivas. (2003) incluye 77 variables y tiene una confiabilidad del alfa de Cronbach de 0,891. Los resultados mostraron que con un valor de p de 0,000 fue significativo y tuvo correlación directa con el Rho de Spearman de 0,770; Por tanto, se acepta la hipótesis alternativa, según la cual cuanto mayor sea la calidad de los servicios educativos, más positiva será la percepción de satisfacción. Se determinó la existencia de una relación moderada directa significativa con  $r = 0,590^{**}$  y  $p < 0,00$  pertinencia y satisfacción educativa. Hubo una relación directa significativa con  $r = 0,491^{**}$  y  $p < 0,00$  de efectividad y eficiencia con la satisfacción de los alumnos. Existe una relación directa significativa con  $r = 0,539^{**}$  y  $p < 0,00$  entre equidad y satisfacción estudiantil.

## **2.2. Fundamentos teóricos**

### **2.2.1 Calidad del Servicio**

Parasuraman et al. (1988) mencionan que la eficacia del servicio representa la diferencia entre los conocimientos reales de los clientes sobre el servicio actual y sus posibilidades sobre el servicio esperado. (p. 16). Por tanto, lo consideran como un factor estratégico que contribuye en una ventaja que hace la diferencia a largo plazo impactando en el futuro de las organizaciones. De este modo, la eficacia depende de cómo fue manejada en el pasado y cuáles fueron los indicadores de satisfacción, reflejando el desempeño del servicio ofrecido al cliente y mejorando constantemente según la percepción del cliente respecto a la calidad como elemento diferenciador de la organización.

Según Parasuraman et al. (1988) quienes afirman que:

Las expectativas del cliente satisfecho juegan un papel central en la evaluación del servicio prestado por el establecimiento, en el que el cliente valora el servicio coincide con lo que esperan recibir, con lo que sienten (p. 76).

Castaño (2011) cree que la calidad del servicio es la percepción que tiene el cliente del nivel de servicio que cumple o supera sus expectativas Stanton et al. (2007) mencionan que la eficacia de servicio depende exclusivamente de la percepción del cliente y no del encargado de producción o del área de ventas; los investigadores también mencionan que son los compradores quienes evalúan si los productos o los servicios son de calidad, para ello comparan expectativas que tienen con sus percepciones. En consecuencia, la calidad del servicio ofrecido a sus clientes es establecida por ellos



mismos y es responsabilidad de los empresarios analizar periódicamente que tan satisfechos se encuentran los clientes.

### **Importancia de la Calidad de Servicio.**

De tal manera, Zeithalm (2000) plantea que para lograr en los usuarios de servicios niveles de satisfacción óptimos, es importante que las entidades tengan en cuenta cada detalle de la prestación, considerando puntos a favor de la entidad que hagan sentir al usuario satisfecho (p. 74). La prestación de servicios de calidad juega un papel muy importante y decisivo en la permanencia de las empresas u entidades en el mercado, puesto que en base a la satisfacción u atención de sus expectativas se logrará en cierta medida retener a los usuarios y con ello las entidades lograrán sus objetivos y metas trazadas en el corto y mediano plazo, pudiendo así permanecer y ser competitivas en el mercado en que operan. Es clave que las entidades se encuentren muy vigilantes y en constante capacitación de sus empleados, de tal manera que se eviten errores que puedan afectar la productividad institucional, es decir que no se debe pasar por alto el tema de atención de calidad, ya que el aspecto físicos, infraestructura, decoración y demás detalles que puedan agregar al servicio, no puede ir acompañada de una pésima atención, siendo crucial para fidelizar a los usuarios en caso se cumpla estrictamente ambos aspectos.

La calidad de servicios es el resultado de la articulación de diversos factores, donde se tienen en cuenta tantos detalles físicos, así como elementos intangibles, donde la combinación de ambos permite cumplir con las respectivas de los usuarios. Por un lado, los aspectos tangibles demuestran seguridad, limpieza, higiene y confort de los usuario al momento de acudir al lugar de prestación de servicios en el caso de que estos sean prestados de manera presencia l y física, por otro lado el trato de los empleados, la capacidad de respuesta que tenga la entidad y la identificación objetiva de lo que en verdad necesita el usuario también cumple un rol muy importante, puesto que refleja que tan preparada está la entidad para corresponder las demandas del usuario, es así que ambos aspectos deben tenerse muy en cuenta por los prestadores de servicios, sin descuidar ninguno de los aspectos, puesto que si alguno de ellos falla, entonces el usuario no logrará satisfacer plenamente sus expectativas y necesidades.

La prestación de servicios de calidad es una fortaleza que todas las entidades deben mantener a través del tiempo, en busca de la fidelización de sus consumidores, asimismo, es clave que sus estrategias para mantener a sus clientes contentos y satisfechos, se encuentren en constante actualización o persistan renovándose a través del tiempo, de tal manera que no se hostigue al público y este siga eligiendo a la entidad

por sobre las demás. En la actualidad del mundo globalizado, podemos apreciar que la competencia empresarial es considerable, donde las entidades que no se encuentran en constante búsqueda de nuevas estrategias u formas de captar la atención de los clientes pueden desaparecer del mercado, otra cosa muy importante es que las entidades cumplan lo que ofertan, pues de suceder lo contrario, aún más decepcionarían al público consumidor, teniendo como resultado el desprecio de la población. En base a ello, el servicio prestado debe estar acorde o superar a lo que se ofertó, garantizando que las expectativas sean superadas logrando satisfacción plena. Existen ciertos servicios que las entidades prestan de manera remota, es decir no existe contacto físico con los consumidores, es allí donde la comunicación asertiva juega un rol fundamental, puesto que en base al habla es que se podrá atender a los usuarios, en ese mismo contexto, el personal encargado de comunicarse debe tener una capacitación estricta y haber pasado por filtros que garanticen una conducta adecuada, puesto que existen todo tipo de usuarios y muchas veces con carácter distinto a lo habitual, donde el encargado de atenderlo debe saber manejar la situación logrando identificar sus necesidades y brindarle una atención eficiente y eficaz.

En la actualidad y en los diferentes rubros de negocio se trabaja estrategias que incrementen la eficacia de los productos y servicios como base principal de las empresas (Parasuraman, et al., 1998) definen en la bibliografía como modelos que se deben desarrollar para difundir mejor la calidad que la organización ofrece a sus clientes, además, a la eficacia del servicio se define como una función de la brecha entre las expectativas de los clientes sobre el servicio que recibirán y su percepción del servicio real brindado por la empresa. La prestación de servicios de calidad debe ser un reto adoptado por todos los niveles de la organización, más aún del personal que mantiene contacto directo con los usuarios, de tal manera que se capte la atención esta no sea deteriorada a través del tiempo, asimismo, es importante que los directivos mantengan estricta vigilancia y se encuentren capacitando constantemente a los empleados de primera línea que se encuentran en contacto con los usuarios o clientes, de tal manera que se identifique las expectativas u necesidades de los mismos y se brinde lo que esperan logrando en base a la atención brindada por los colaboradores satisfacerlos, puesto que es muy complicado recuperar la confianza de los usuarios después de experimentar momentos desfavorables.

La primera impresión que pueda tener un cliente o usuario de una entidad es muy importante para asegurar la permanencia del mismo y la recomendación que este pueda hacer a otras personas, asimismo, la entidad prestadora de servicios debe utilizar las herramientas y/o mecanismos que sean necesarios para mantener dichos estándares,

de tal manera que el usuario confíe fielmente en la entidad y a través del tiempo sea fidelizado. En la prestación de servicios existen muchos factores que pueden determinar la satisfacción de los usuarios, esto quiere decir que no solo basta con brindar una atención de calidad o un trato amable por parte de los empleados, sino que también se deben tener en cuenta los aspectos tangibles y la seguridad que pueda reflejar la entidad hacia los usuarios. Los consumidores inconscientemente analizan diversos aspectos relacionados a prestación de los servicios y muchas no comunican al personal encargado de la prestación, de tal manera que la entidad no conoce a ciencia cierta si pudo o no satisfacer las necesidades expectativas que el consumidor tuvo al momento de contactar a la entidad, por lo que resulta muy importante que los empleados o personal que se encuentra en contacto directo con los consumidores tengan la capacidad necesaria para lograr identificar y/o evaluar qué es lo que en esencia necesitan o demandan los consumidores y en base a ello buscar la forma de satisfacerlos.

#### **Dimensiones de la Calidad del Servicio.**

Zeithalm (2000) afirma que los espacios de la calidad de servicio son utilizados como punto base para que una empresa trabaje enfocada a brindar el servicio esperado al mismo nivel que el servicio percibido, el autor expone 5 dimensiones fundamentales que los clientes evalúan al momento de recibir un servicio, siendo las siguientes: fiabilidad, seguridad, responsabilidad, empatía y los tangibles.

La educación virtual tiene como reto ser de calidad, por ello es necesario que los docentes cumplan con mínimos requisitos, tales como: tener la disponibilidad de recursos tecnológicos acorde con las exigencias de sus actividades académicas y con servicio necesario y disponibles para acceder a plataformas de programas educativos; el curso virtual debería estar estructurado según los contenidos y valor formativo ofrecido; con la finalidad de realizar aprendizajes efectivos y en ambientes adecuados y satisfactorios para profesores y estudiantes (Marciniak & Gairín, 2018).

La pandemia obligó a La mayoría de los países del mundo pasaron a la educación virtual, lo que demuestra que el papel de los docentes va más allá de la pedagogía. Diversos estudios exploratorios han demostrado que, en este nuevo contexto de pandemia, los docentes no solo deben ser motivadores y guías del aprendizaje, sino que también deben ser controladores emocionales y promotores de la capacidad de resiliencia, un consejero emocional y un oyente activo; Asumir el papel de guardián de la esperanza para el desarrollo de la educación (Villafuerte et al., 2020, p.149).

**Principios de la Calidad de los Servicios.**

Los principios de gestión de la eficacia son producto de múltiples investigaciones y conocimiento generado por expertos internacionales que trabajan en la redacción de la Normas Técnicas Internacionales tales como la NTI ISO 9001:2015. Son siete principios de calidad que se establecen en la norma ISO 9001 2015 como un ajuste de los ocho principios anteriores (Iso 9000: 2015, 2015). Las empresas competitivas deben mantener la calidad esperada por sus clientes; para ello es necesario conocer y aplicar diferentes estrategias que sean las más adecuadas según el rubro de trabajo que realizan.

**Toma de Decisiones Basada en Hechos.**

Tomar decisiones acertadas involucra esfuerzo y responsabilidad, para ello es imprescindible que los datos y las informaciones sean objetivas y confiables (Iso 9000:2015, 2015). Es imposible medir si no se puede controlar, y sin algún nivel de control no existe la posibilidad de tomar buenas decisiones. Esto no se puede olvidar. Por ello es fundamental tener en cuenta toda la cadena de prestación de servicios antes de tomar decisiones que influirá en la calidad del producto o servicio eliminando o minimizando la posibilidad de cometer errores.

**Relación Beneficiosa con Proveedores.**

Los proveedores son los socios estratégicos, estos contribuyen directamente con el éxito de una organización. Es necesario una adecuada gestión para tener buenas relaciones entre la organización y los proveedores (ISO 9000:2015, 2015). Las organizaciones dependen de la calidad de la materia prima o servicio que provean a la organización para ser exitosas, puesto que el producto final tendrá características inherentes de la materia prima que influirá en el agrado del cliente en toda la cadena productiva.

**Calidad en la Educación Universitaria.**

Las universidades están constantemente siendo evaluadas en cuanto a calidad, por ello es necesario determinar previamente objetivos o propósitos que la institución tiene establecido. Pero, muchas universidades tienen una gran diversidad de objetivos y al momento de valorar los indicadores se observan las diferencias. Un informe realizado en el Reino Unido titulado "La educación superior en una sociedad de aprendizaje", también conocido como Dear Report, identificó que el objetivo esencial de la educación superior es ayudar a que la sociedad progrese satisfactoriamente mediante la

comprensión de la propia realidad y la del mundo. a su alrededor: en una palabra, apoyando el aprendizaje social (Dearing, 1997).

En el ámbito educativo, las entidades que prestan dichos servicios se encuentran frente a una realidad constantemente cambiante debido a las nuevas y modernas exigencias del mundo contemporáneo, puesto que cada día los estudiantes necesitan mayor preparación para poder afrontar su vida laboral, de tal manera que las entidades deben adecuarse a ello, buscando métodos que permitan satisfacer dichas demandas (González & Espinoza, 2008). Las Universidades desempeñan un rol determinante en la formación de la mano de obra calificada existente en la población, prestando servicios educativos cada año a miles de estudiantes, por lo que la demanda de dichos servicios sobrepasan los ofertados, pero cabe indicar y es necesario conocer que para que dichas entidades permanezcan prestando dichos servicios deben cumplir ciertos parámetros establecidos por las entidades reguladoras del estado, las mismas que con el pasar del tiempo exigen que los servicios educativos sean prestados de calidad, garantizando niveles educativos óptimos.

#### **Retos de la educación de calidad.**

Las universidades que están funcionando este año 2023 es porque han pasado el proceso de licenciamiento, que exige cumplir con las condiciones mínimas para prestar servicios de educación universitaria en el Perú, por ello la gran mayoría de universidades tuvieron que hacer cambios en diferentes áreas hasta cumplir con todos los procesos y requisitos exigidos. El avance del mundo globalizado acarrea nuevas necesidades y exigencia por parte de la población estudiantil, por lo que las entidades prestadoras de dichos servicios deben adaptarse a ello, implementando en sus mallas curriculares y en la forma de enseñanza, metodologías acordes con la realidad, de tal manera que se pueda corresponder con las demandas del entorno, así como con las exigencias de los estudiantes. Asimismo, se debe tener en cuenta que el servicio de calidad en materia educativa representa una fortaleza para los estudiantes, puesto que ello asegura su formación teniendo en cuenta la realidad en la que nos encontramos y las problemáticas que podrán venir en el futuro. Las universidades se encargan de preparar profesionales que tomaran el rumbo del país, por lo que la enseñanza de calidad representa un aspecto clave para asegurar resultados óptimos.

El autor Tavera (2000) expresa que: las entidades dedicadas a prestar servicios educativos de nivel superior se ubican en un entorno físico, social y cultural específico con el que interactúan y reciben una influencia significativa. En consecuencia, las universidades deben cumplir con adecuada infraestructura física y participación de toda

la comunidad universitaria como elementos promotores de la calidad en la educación superior, en la que se promuevan valores y conductas sociales coherentes con la educación de la institución. Actualmente la educación es más exigente por los constantes avances tecnológicos que promueven la globalización de la información y el conjunto de técnicas en todos los niveles de la formación. Con la aparición de nuevas problemáticas que acarrea el mundo globalizado, las entidades educativas se ven en la obligación de en base a la prestación de sus servicios preparar a los estudiantes para que se encuentren en la capacidad de atender dichas demandas. En los últimos años, la temática de inclusión social y el respeto a las personas discapacitadas viene exigiendo a las entidades prestadoras de servicio educativo que se adapten a ello, garantizando que dichas personas puedan desarrollarse plenamente en dichas instituciones, es así que la exigencia de una infraestructura adecuada es primordial y juega un rol muy importante para cumplir dicho objetivo, asimismo, dichas exigencias, pueden ser determinantes para la permanencia de dichas instituciones en actividad, puesto que de no cumplir con dichos requisitos, el Estado Peruano quitará la licencia de operatividad para dichas instituciones.

Las autoridades y/o directivos de las entidades prestadoras de servicios educativos deben ser conscientes no solo de la necesidad de prestar servicios educativos, sino de la importancia de la misma, ya solo garantizando la creación de profesionales competentes e idóneos para desempeñarse en el mundo laboral, la sociedad obtendrá mejores resultados en todos los aspectos. De acuerdo con diversas teorías, la educación cumple un rol importante en el desarrollo de las sociedades y/o de los pueblos, por lo que prestar servicios educativos de calidad se ha convertido en un reto muy importante para las entidades que prestan dicho servicio no solo para garantizar una buena imagen hacia la sociedad, sino que con las nuevas exigencias de los entes reguladores para asegurar su permanencia operativa y funcional en el mercado. Hoy en día, los servicios educativos se prestan tanto por entidades públicas, así como por diversas entidades privadas, haciendo en este rubro muy competitivo, lo cual representa un aspecto importante para los consumidores de dichos servicios, puesto que la competencia hace que la calidad de los servicios mejore, aunado a ello, las exigencias por parte de las entidades de control hacen que los beneficios percibidos aumenten (Dearing, 1997).

### **Agentes educativos en la evaluación de la calidad.**

Por su parte, Lewis (1994) menciona que los internos en el área académica son los profesores, alumnos, programas, departamentos y administrativos de las diferentes

áreas de la comunidad universitaria. Además, se debe considerar a los clientes externos, sean directos o indirectos. Los gobiernos mediante los órganos competentes en materia educativa han establecido una serie de estándares que deben cumplir las entidades de educación superior para permanecer prestando dichos servicios, con ello, se asegura en cierta forma la prestación de servicios de calidad, garantizando que los estudiantes no solo reciban una educación de calidad en materia de enseñanza, sino que a su vez, dispongan de una infraestructura y materiales idóneos para desempeñarse como estudiantes, de tal manera que su integridad física y mental se encuentren a salvo. Los estándares que vienen exigiendo en materia educativa las entidades de control y supervisión para la materia, representa un beneficio para los estuantes, puesto que con ello se asegura que la institución se encentre en las condiciones necesarias para prestar dicho servicio, tanto en el aspecto técnico profesional, logístico y de infraestructura, lo cual comprende ambientes adecuados y laboratorios requeridos acorde con la realidad que lo amerita.

En las instituciones de educación los principales clientes son todos los alumnos, complementado por los catedráticos de los que no se puede prescindir porque son los formadores de los futuros profesionales que servirán a la sociedad. El progreso humanitario, sociocultural y financiero incluye una formación enfatizada en el individuo teniendo en cuenta el ámbito social en el que se desarrolla (Serrano, 2007). Para lograr que las instituciones brinden a los estudiantes una educación de calidad y a su vez proteja su integridad física, es importante que los estudiantes comuniquen las falencias encontradas de tal manera que se cierren brechas y se eliminen puntos críticos que afectan la formación estudiantil. Los estudiantes y docentes tienen un rol fundamental para lograr que los servicios educativos sean prestados de calidad, puesto que no solo depende de los gestores institucionales, sino de todos en su conjunto, identificando y gestionando la solución de aspectos que ni favorecen a una educación de calidad. Para los servicios educativos mejoren y vayan evolucionando a través del tiempo es clave que los estuantes presenten reclamos ante falencias encontradas o ante la necesidad de recibir más de lo que se viene recibiendo, buscando de cierta forma fortalecer el servicio ofertado por la entidad y en base a ello obtener resultados cada vez mejores, que a lo largo del tiempo se verá reflejado en mejoras en el desarrollo profesional de los estudiantes.

## **2.2. Satisfacción de los alumnos como usuarios de la universidad.**

Según Vavra (2003) la satisfacción del cliente o usuario puede ser definida como la satisfacción del consumidor que se convierte en una experiencia agradable, luego de

probar un servicio o producto en particular; cada vez que el cliente necesite algo similar recordará la experiencia agradable que serán la base de la fidelización. Según Flores (2003) y Vavra (2003) los consumidores experimentan emociones como respuesta al proceso de compra o prestación de servicios, en este periodo los clientes valoran sus expectativas y la experiencia agradable o desagradable que los motivará a regresar o buscar otra empresa. Los servicios que prestan las universidades representan un valor muy importante para los estudiantes, puesto que es determinante para su formación profesional y por ende se verá repercutido en su futuro laboral o desempeño en el mercado en el que se desenvuelvan, es por ello, que los directivos y personal administrativo que gestiona los servicios educativos deben tener muy en cuenta la relevancia y en base a ello, desarrollar sus labores.

En la actualidad, los entes reguladores del servicio educativo en el Perú, vienen estableciendo ciertos lineamientos que deben cumplir las entidades prestadoras de tal servicio, de tal manera que se asegure la integridad educativa que reciben los estudiantes. La educación en el Perú atraviesa un escenario complejo debido a la desigualdad en su acceso que posee la población, puesto que debido a la diversidad geográfica, cultural y de geo localización de la población ha dificultado la labor del estado para corresponder dicha necesidad de manera adecuada, evidenciando incluso la falta de control de los servicios educativos en lugares distantes y con ello los resultados en materia de aprendizaje no son los mismos en todas partes y/o lugares del país, reflejando un aspecto desventajoso para aquellas familias o estudiantes que no cuentan con los conocimientos, recursos y disponibilidad para emigrar a otros sitios donde puedan acceder a un mejor servicio educativo.

La educación se distingue de los demás servicios que prestan las entidades dentro del mercado, puesto que esta es determinante para asegurar el futuro de las personas sin distinción de edad, es por ello que las exigencias que actualmente vienen reclamando los diferentes actores intervinientes en este rubro, resulta de vital importancia para asegurar servicios educativos de calidad, puesto que se debe considerar no solo calidad de servicio no solo entre docente y alumno, sino que el medio tangible también debe ser el adecuado, como la infraestructura de las instituciones, laboratorios, equipos tecnológicos, personal administrativo, capacidad de la entidad para atender un siniestro o emergencia, entre otros aspectos que están inmersos en el servicio educativo. Diversos autores que opinan sobre la prestación de servicios de calidad consideran además de la calidad de atención o trato entre la entidad mediante su personal hacia el usuario, a otros aspectos influyentes en la prestación de servicios, los cuales permiten a los usuarios atender sus expectativas y necesidades. Es importante tener en cuenta



que las universidades albergan un sin número de estudiantes cada año, teniendo así estudiantes con discapacidad, los mismos que deben ser atendidos de manera eficiente, brindando las condiciones necesarias para que puedan desarrollarse eficazmente.

Maslow (1954) ve la motivación como constante, infinita y compleja en todos los seres humanos. Los seres humanos rara vez alcanzan un estado de completa satisfacción, excepto por breves períodos de tiempo. Cuando un deseo se hace realidad, otro viene en su lugar. Cuando esto se cumpla, aparecerá otro en segundo plano. Es la naturaleza humana querer algo todo el tiempo. El autor enumera cinco deseos que controlan el comportamiento humano. Las necesidades consideradas son:

**1. Necesidades fisiológicas:** incluye necesidades como hambre, sed, vivienda, sexo y otras necesidades físicas.

**2. Seguridad:** Las necesidades incluyen seguridad y protección contra daños físicos y psicológicos.

**3. Sociabilidad:** incluye el afecto, la aceptación, la amistad y la pertenencia a un grupo.

**4. Autoestima:** incluye elementos internos de autoestima como la autoestima, el sentido de logro y la autonomía. Factores de valor externo como estatus, reconocimiento y atención.

**5. Autorrealización:** intención de ser todo lo que puedas ser. Esto incluye el crecimiento, la realización del potencial y el desarrollo personal.

Sin embargo, Juran (1996) sostiene que la causa de la insatisfacción son los defectos encontrados en el servicio o producto adquirido. Para resolver este problema, el proceso que causó la falla debe rehacerse de manera que elimine la insatisfacción, lo que genera costos adicionales de volver a diseñar los productos. Esto puede resultar que los clientes no consuman el producto en el futuro, incluso si el producto tiene mejores características que otros productos similares.

La satisfacción del cliente externo en educación está vinculada con la satisfacción de los estudiantes, ya que son los destinatarios directos de los productos educativos ofrecidos, las lecciones ofrecidas, los títulos, diplomas, etc. Flores (2003) señala que la satisfacción del estudiante se basa en la satisfacción de las necesidades educativas propias del estudiante en muchos sentidos y el cumplimiento de las expectativas depositadas por la institución en esta materia.

Por ello Gento (2000) afirma que la propia satisfacción de los alumnos es un indicador de calidad en el ámbito educativo. Los autores establecieron criterios para la

identificación de necesidades utilizando la clasificación de Maslow, como se muestra en la Tabla 1.

Las organizaciones deben comprender a sus clientes en el contexto de sus contextos sociales, económicos, políticos y culturales y siempre esforzarse por comprender las insuficiencias y expectativas de sus clientes internos y externos (Iso 9000:2015, 2015).

Un cliente satisfecho es un cliente fiel, quien generará constantes ganancias a la organización y se sentirá orgulloso de compartir a sus amigos sus experiencias satisfactorias al recibir los productos y servicios de la empresa.

### **Satisfacción por la oportunidad de desarrollarse libremente.**

Este tipo de emociones considera actuar según sus circunstancias personales y aprovechando las oportunidades dónde pueda integrarse y disfrutar de aficiones, incrementando sus fortalezas que el individuo posea, perseguirlas en régimen libre (Gento, 2000).

La satisfacción en los alumnos es proporcional con el compromiso de una institución de desarrollar un entorno orientado al servicio. Los alumnos se perciben como usuarios o clientes que tienen el derecho de ser atendidos en sus necesidades de conocimientos, habilidades y desarrollo personal (Blanco & Blanco, 2007). Es clave que los estudiantes reconozcan la importancia de exigir calidad en el servicio educativo, garantizando que su formación les permita competir en el mundo laboral al momento de desempeñarse como profesionales, es así que, al identificar falencias por parte de las entidades prestadoras de dichos servicios, estas sean comunicadas y gestionadas su subsanación en menor tiempo posible. Dentro del mundo estudiantil, existen organizaciones en los cuales los estudiantes pueden opinar y sugerir mejoras en la prestación del servicio, representando un aspecto muy importante para subsanar puntos críticos y atender las demandas de los estudiantes.

### **Satisfacción centrada en los estudiantes universitarios.**

Las instituciones universitarias tienen el reto de mejorar la prestación de los servicios al entorno institucional, porque debe tener un sistema que al ser evaluado demuestra la excelencia en la atención a sus alumnos. Su finalidad debe ser brindar servicios eficaces al nivel de otras instituciones de educación superior de prestigio nacional e internacional. La idea básica de estos sistemas es que las universidades, al igual que otros proveedores de servicios, deben apuntar a satisfacer las necesidades de sus clientes (Blanco, 2006). Muchos estudiantes ingresan a las universidades sin saber lo que recibirán como servicio educativo, por lo que resulta de vital importancia que exista

capacitaciones y concientizaciones a los estudiantes para exigir lo que en verdad merecen, de tal manera que el valor percibido se encuentre acorde a la realidad que necesita cada estudiante.

González y Espinoza (2008) argumentan que los alumnos que están satisfechos con las instalaciones universitarias reconsideran su calidad. Del mismo modo, son los estudiantes quienes afirman estar contentos con sus actividades dentro de la universidad, siempre y cuando se disponga de los recursos y servicios adecuados. En última instancia, esta satisfacción se manifiesta cuando los representantes de la institución encuentran soluciones a las deficiencias identificadas, logrando así la satisfacción que los estudiantes esperan. Esta situación ha hecho que estudiar en una universidad no sea solo una cuestión de obtener un título, sino una garantía de la reputación de la universidad. El acceso a las universidades es cada vez más competitivo entre los postulantes y también entre universidades del Estado o del sector privado que muestran su mejor versión para captar a los futuros estudiantes de mayor nivel. La diferencia y las marcas de las casas de educación superior son fundamentales, y la calidad de la enseñanza y de los estudiantes son factores clave en la evaluación de la educación. El creciente enfoque en la calidad educativa ha generado que los gobiernos desarrollen propuestas de sistemas de aseguramiento de la calidad de los servicios universitarios (Blanco, 2006).

Por lo tanto, es fundamental que las casas superiores de estudios planifiquen y ejecuten estrategias que les permita responder exitosamente ante los nuevos retos, siendo necesario recopilar continuamente datos sobre la satisfacción de los estudiantes para identificar brechas y mejorar continuamente el desarrollo educativo, con el fin de prevenir situaciones que conduzcan a la insatisfacción (Beltyukova y Fox, 2002). El método más preciso para recopilar datos de satisfacción de los estudiantes es mediante el uso de encuestas de satisfacción para guiar a los administradores universitarios en el desarrollo de proyectos de garantía de calidad para los servicios universitarios (Upcraft, & Schuh, 1996). El mundo laboral y el entorno en el que se desempeñan los profesionales con el paso del tiempo se están volviendo cada vez más exigentes, por lo que la concientización de los propios estudiantes para exigir lo que se merecen en materia educativa representa algo muy relevante, puesto que son los únicos que pueden evaluar lo que necesitan, frente a lo que están recibiendo, determinando en cierta medida el grado de satisfacción por el servicio percibido.

**Enfoque en el liderazgo.** Las organizaciones más exitosas son aquellas que tienen líderes que son amados y respetados por sus colaboradores, estos líderes tienen la visión de generar beneficios para todos practicando el principio de ganar-ganar.

*La victoria/ganar es una estructura de la mente y el corazón que busca constantemente el bien común en cada interacción humana. Ganar/ganar significa acuerdos o soluciones que son mutuamente beneficiosas y mutuamente satisfactorias. Con una solución en la que todos ganan, todas las partes se sienten satisfechas con la decisión tomada y comprometidas con la implementación del plan de acción. Win/Win ve la vida como un escenario cooperativo, no competitivo. (Covey, 2003, p.127).*

### **Participación del Personal**

En todos los niveles de la organización el personal, también conocido como colaboradores, son quienes brindan el soporte laboral que posibilita la generación de beneficios a la organización (ISO 9000:2015, 2015).

Las organizaciones exitosas se preocupan por tener a su personal motivado, para ello es fundamental que la comunicación sea horizontal. Este tipo de comunicación permitirá que todos los involucrados internalicen las metas y objetivos de la organización. Los empleados suelen ser las personas de las que puede obtener las mejores ideas porque son los que trabajan directamente en el lugar de trabajo.

### **Enfoque basado en los Procesos**

Generar productos o servicios de calidad involucra una eficiente gestión de proceso en todas y cada una de las actividades de la organización (ISO 9000:2015, 2015). El éxito de la gestión de los procesos depende de la disponibilidad de recursos y su adecuada utilización al momento de dar mayor valor agregado al producto o servicio. Así la gran empresa debe ser flexible para la mejora continua de las diferentes áreas, de esta manera, cada área es considerada una pequeña empresa que, si está mal organizada desde el inicio, dará como resultado que la cadena proporcione un producto final de mala calidad.

### **Enfoque en la mejora continua**

La ciencia y la tecnología están en constantes cambios, cada día se ofertan nuevos productos y nuevos servicios que buscan manejar la calidad de vida de las personas. Por lo tanto, es fundamental que las organizaciones estén mejorando continuamente buscando siempre la satisfacción del cliente (ISO 9000:2015, 2015). La mejora continua es algo intangible que la organización debe comprender e implementar correctamente

para aportar valor añadido a esta importante actividad, la mejora continua, la mejora continua sin estancamiento. Por ejemplo: si una organización está certificada según ISO 9001, nunca estará satisfecha con esta versión. Tan pronto como se publique una nueva versión, deberá volver a certificarse.

### **2.3. Definición de términos básicos**

#### **Educación virtual**

La educación virtual es aquella que, a través del ciberespacio, gracias a la conexión y uso de Internet, no requiere de tiempo y espacio específico, permitiendo establecer un nuevo escenario de comunicación entre docentes y estudiantes. (Bonilla, 2016, p.87).

#### **Calidad del servicio**

Representa la diferencia entre las percepciones reales de los clientes sobre el servicio actual y sus expectativas sobre el servicio esperado (Parasuraman et al., 1988, p.16).

#### **Fiabilidad.**

La capacidad de realizar el servicio deseado de manera confidencial, curada y consistentemente (Parasuraman et al., 1988, p.37). Crear confianza en el cliente significa cumplir a cabalidad con todo aquello que se le ofreció dentro del tiempo establecido.

#### **Capacidad de respuesta.**

La voluntad de brindar un servicio rápido y ayudar a los clientes (Parasuraman et al., 1988, p.37). El tiempo es el limitante para realizar diversas actividades, por lo tanto, los clientes esperan ser atendidos con la mayor inmediatez posible.

#### **Seguridad.**

Conocimiento, cortesía y capacidad de los empleados para transmitir confianza y confianza (Parasuraman et al., 1988, p.37). Todo ser humano tiene la necesidad de sentirnos seguros en todos los aspectos de nuestra vida y si algo pone en duda esta dimensión, tendemos a abandonar aquello que consideramos amenazante.

#### **Empatía.**

Proporcionar atención de apoyo e individualizada a los clientes (Parasuraman et al., 1988, p. 37). Comprender y satisfacer las necesidades del cliente es esencial para lograr la satisfacción del cliente.

**Satisfacción del estudiante**

La satisfacción del cliente o usuario puede ser definida como la satisfacción del consumidor que se convierte en una experiencia agradable, luego de probar un servicio o producto en particular; cada vez que el cliente necesite algo similar recordará la experiencia agradable que serán la base de la fidelización. (Vavra, 2003)

**Plataforma virtual**

Es un entorno donde se integra el uso de diversas herramientas y aplicaciones que operan a través de Internet al proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes. (Álvaro, 2012, p. 12).

**Facilidad de uso del sitio web**

La facilidad de uso indica la facilidad de uso o satisfacción del usuario, la facilidad con la que los usuarios encuentran el sitio web para utilizarlo (Mohammad et al, 2011, p. 122).

**Interacción virtual**

La interacción es un conjunto de obstrucciones enlazadas entre los órganos que participan en un determinado contexto educativo, en el que las actividades cognitivas humanas se desarrollan en base a factores que determinan el ambiente del contexto educativo, oye, en nuestro caso virtual (Barberà et al., 2001, p. 164).

## **CAPÍTULO III**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **3.1. Ámbito y condiciones de la investigación**

##### **3.1.1 Contexto de la investigación**

Geográficamente este estudio se ubica en Tarapoto, específicamente en la región San Martín, distrito de Morales. Específicamente en la Escuela de Administración Profesional de la Universidad Nacional de San Martín.

##### **3.1.2. Periodo de ejecución**

El estudio se realizó durante 2020.

##### **3.1.3. Autorizaciones y permiso**

Durante esta investigación, el asesor solicitó autorización para realizar sondeos, así como autorización para realizar desarrollos. De manera similar, la Escuela de Gobierno solicitó permiso para encuestar a los estudiantes y necesitaba el permiso de la universidad para realizar la investigación.

##### **3.1.4. Control ambiental y protocolo de bioseguridad**

No aplica.

##### **3.1.5. Aplicación de principios éticos internacionales**

Los científicos afirman que su intervención respeta los principios éticos generales en la investigación, especialmente los establecidos por el Comité Nacional para la Protección de Sujetos Humanos en la Investigación Biomédica y del Comportamiento (1976), es decir: el respeto a las personas y su integridad, el principio de beneficencia, en la que el investigador minimizó el posible daño o riesgo para los participantes y, sobre todo, se garantizó un trato igualitario y justo para las personas que participaban en el estudio. Por lo tanto, esta investigación vela por estos derechos éticos en cada etapa que emprende.

#### **3.2. Sistema de Variables**

##### **3.2.1. Variables principales**

**Variable correlativa 1:** Calidad de los servicios académicos de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín.

**Variable empírica 1:** Virtualidad del servicio, con sus indicadores facilidad, conocimiento, plataforma, capacitaciones, utilidad, disponibilidad, foros, interacciones y evaluaciones.

**Variable empírica 2:** Capacidad de respuesta, con sus indicadores Caja, matrícula, consulta, ayuda, queja y asertividad.

**Variable empírica 3:** Fiabilidad, con sus indicadores de programación. Cursos, notas, sílabos, utilidad, competencias y evaluaciones.

**Variable empírica 4:** Seguridad, con sus indicadores administrativos, docente, experiencia, planificación, metodología, didáctica y evaluación.

**Variable empírica 5:** Empatía, y sus indicadores Trato, información, distribución, interés, lenguaje, comprensión, genuino y orientación.

### **3.2.2 Variables secundarias**

**Variable correlativa 2:** Satisfacción de los estudiantes

**Variable empírica 1:** satisfacción con la virtualidad del servicio, con sus indicadores acceso, gestión, plataforma e interacción

**Variable empírica 2:** Satisfacción con la capacidad de respuesta, con sus indicadores Rapidez, disposición y asertividad.

**Variable empírica 3:** Satisfacción con la fiabilidad, con sus indicadores Desempeño, entrega. Entrega-tiempo, cumplimiento, utilidad y competencias

**Variable empírica 4:** Satisfacción con la seguridad, con sus indicadores administrativos, docente, metodología, planificación y evaluación.

**Variable empírica 5:** Satisfacción con la empatía, con sus indicadores trato, horarios, interés, lenguaje, comprensión y orientación.



**Tabla 1**

*Descripción de las variables por objetivo específico 1*

---

**Objetivo específico № 1:** Identificar el nivel de la calidad de los servicios académicos y el nivel de satisfacción de los estudiantes de Administración – 2020.

---

<b>Variable abstracta</b>	<b>Variable concreta</b>	<b>Medio de registro</b>	<b>Unidad de medida</b>
Calidad de los servicios académicos	Dimensiones: Virtualidad del servicio, Capacidad de Respuesta, Fiabilidad, Seguridad y Empatía	Cuestionario	Nominal

---

**Tabla 2**

*Descripción de las variables por objetivo 2*

---

**Objetivo específico № 2:** Analizar la influencia de las dimensiones de la calidad de los servicios académicos en las dimensiones de la satisfacción de los alumnos de Administración – 2020.

---

<b>Variable abstracta</b>	<b>Variable concreta</b>	<b>Medio de registro</b>	<b>Unidad de medida</b>
Satisfacción de los estudiantes	Dimensiones: Satisfacción con la virtualidad del servicio, Satisfacción con la capacidad de respuesta, Satisfacción con la fiabilidad, Satisfacción con seguridad y Satisfacción con la empatía.	Cuestionario	Ordinal

---

**Tabla 3**

*Descripción de las variables por objetivo específico 3*

<b>Objetivo específico Nº 3:</b> Establecer la relación de las dimensiones de la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020.			
<b>Variable abstracta</b>	<b>Variable concreta</b>	<b>Medio de registro</b>	<b>Unidad de medida</b>
Calidad de los servicios académicos.	Virtualidad del servicio, con sus indicadores facilidad, conocimiento, plataforma, capacitaciones, utilidad, calidad, disponibilidad, foros, interacción y evaluaciones.	Cuestionario	Nominal y ordinal

### 3.3. Procedimientos de la investigación

#### **Tipo y nivel de investigación.**

Este tipo de averiguación es aplicable porque busca aplicar procedimientos cuantitativos para analizar variables que permitirán revelar la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los alumnos de la Universidad Nacional de San Martín, brindando información útil para mejorar la calidad del servicio de la mencionada universidad. Al respecto, Vargas (2009) menciona que la investigación aplicada se caracteriza por la forma en que estudia la realidad social y aplica sus hallazgos al mejoramiento de estrategias y acciones específicas, en el desarrollo y mejora de innovaciones (p. 158).

#### **Nivel de investigación.**

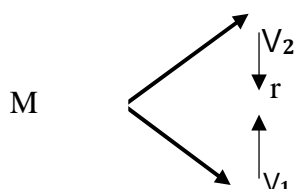
Este estudio es de nivel correlacional, ya que se determinó si existe relación entre la calidad de los servicios académicos y el agrado de los alumnos de la Universidad Nacional de San Martín, por lo que se utilizarán los materiales estadísticos correlativos.

#### **Diseño de Investigación**

El diseño del estudio fue no experimental. No es experimental porque no manipula las variables del estudio y solo busca averiguar cómo influyen las dimensiones de la calidad de los servicios en la satisfacción de los estudiantes y la relación entre las variables. Es

transversal, porque levantó información en un solo tiempo y es cuantitativa porque los datos obtenidos fueron analizados estadísticamente.

#### Diseño de la investigación:



#### Dónde:

- M** = Muestra  
**V<sub>1</sub>** = Calidad de los servicios académicos  
**V<sub>2</sub>** = Satisfacción de los estudiantes  
**r** = Relación

#### Población y Muestra

##### Población.

La población estuvo conformada por 136 alumnos de sexto al décimo ciclo de Administración de la Universidad

**Tabla 4**

*Población*

Ciclo	Población
Sexto	33
Séptimo	36
Octavo	29
Noveno	35
Décimo	3
Total	136

*Fuente:* Elaboración propia

##### Muestra.

La muestra fue probabilística y aleatoria simple conformada por 101 estudiantes del sexto al décimo ciclo de Administración de la Universidad Nacional de San Martín. Dicha

elección se sustenta en la experiencia universitaria de quienes se aproximan a la meta final de su formación profesional.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicará la siguiente ecuación

$$n = \frac{(1,96)^2 * N * (p * q)}{(E)^2 * (N - 1) + ((1,96)^2 * (p * q))}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 136 * (0,05 * 0,05)}{(0,05)^2 * (136 - 1) + ((1,96)^2 * (0,05 * 0,05))}$$

$n = 101$  estudiantes

Dónde:

N= Tamaño de población

P: probabilidades de ser seleccionado 0,05

q: probabilidad de ser seleccionado 0,05

E: error de muestra: 5%

Z: Nivel de confianza 1,96

La muestra estará conformada de la siguiente manera:

**Tabla 5**

*Muestra*

Ciclo	Población	Muestra
Sexto	33	24
Séptimo	36	25
Octavo	29	24
Noveno	35	25
Décimo	3	3
Total	<b>136</b>	<b>101</b>

*Fuente:* Elaboración propia

### **Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

Se utilizó la técnica de encuesta, misma que se aplicó a los alumnos del sexto al décimo ciclo administrativo. Herramienta para medir la calidad del servicio académico y el

agrado de los alumnos fue enviado mediante email o redes sociales (WhatsApp, Facebook y Messenger) en formato virtual.

## **Materiales y métodos**

### **Métodos**

Para el desarrollo de esta investigación se manejó el método analítico, porque en el estudio de las variables, los análisis se realizaron desde los indicadores que conforman las dimensiones y las dimensiones constituyen la variable. El proceso de análisis se basa en la comprensión de los datos y la búsqueda de categorizaciones, codificación y comparaciones iterativas que determinan el enfoque de la teoría establecida (Hernández et al., 2014, p.521).

En este estudio también se usó el método deductivo, debido a que la investigación recopiló información resumida de investigaciones en temas similares y los resultados de los antecedentes servirán para discutir reforzando con resultados similares. El razonamiento deductivo, partiendo de la teoría, de la cual se derivan expresiones lógicas llamadas hipótesis que el investigador contrasta (Hernández et al., 2014, p.9).

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIONES

#### 4.1. Resultados

##### **Nivel de la calidad de los servicios académicos y el nivel de satisfacción de los alumnos de Administración – 2020.**

La hipótesis general de la investigación busca determinar si existe relación significativa y positiva entre la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín – 2020 y para dar solución se realizó los análisis estadísticos. Para determinar el objetivo general, los resultados de las variables se les aplicaron pruebas de normalidad, luego se realizó la estadística de correlación de Spearman y finalmente se compararon las hipótesis propuestas en este estudio.

El coeficiente alfa de Cronbach para la variable calidad del servicio académico es de 0,959 y la variable satisfacción estudiantil también tiene un coeficiente alfa de Cronbach de 0,959.

**Tabla 6**

*Prueba de Kolmogòrov-Smirnov para una muestra*

		<b>Calidad de los servicios académicos</b>	<b>Satisfacción de los estudiantes</b>
<b>N</b>		101	101
<b>Parámetros normales<sup>a,b</sup></b>	Media	2,89	3,10
	Desviación típica	0,47	0,66
<b>Diferencias más extremas</b>	Absoluta	0,424	0,392
	Positiva	0,348	0,392
	Negativa	-0,424	-0,321
<b>Z de Kolmogorov-Smirnov</b>		0,424	0,392
<b>Sig. asintót. (bilateral)</b>		<b>0,000</b>	<b>0,000</b>

a. La distribución de contraste no es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

**Fuente:** Elaboración propia

### Interpretación

El panel 6 muestra al teniente Asintót. (Bilateral) es  $<$  en el nivel 0.05 para las variables calidad del servicio académico y satisfacción estudiantil, por lo tanto, las variables no se distribuyen normalmente, por lo que se aplicó la correlación de Spearman.

### Nivel de la calidad de los servicios académicos de Administración – 2020

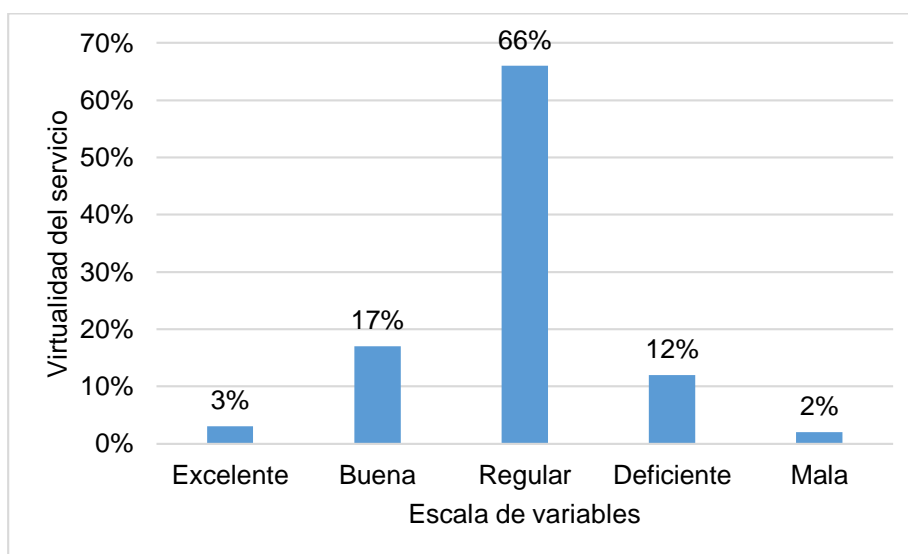
Para evaluar la variable calidad de los servicios académicos, se consideró evaluarlos respecto a sus dimensiones, como se indica en las tablas y figuras siguientes.

**Tabla 7**

*Virtualidad del servicio (servicio de enseñanza virtual)*

Escala de la variable	Cantidad	%
Excelente	3	3%
Buena	17	17%
Regular	67	66%
Deficiente	12	12%
Mala	2	2%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia



**Figura 1.**

*Virtualidad del servicio*

Fuente: SPSS

## Interpretación

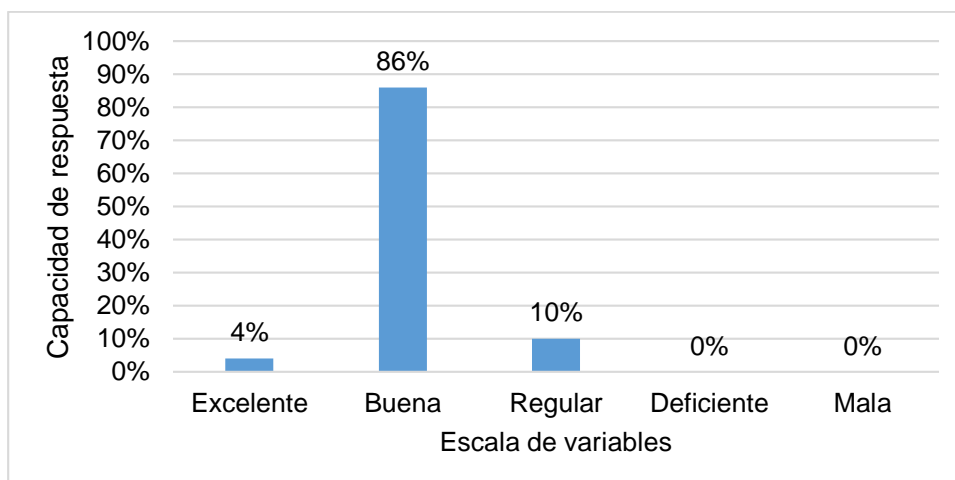
En la tabla 7 y figura 1, se identifica el servicio de enseñanza virtual como dimensión de la variable calidad de los servicios académicos que los alumnos de Administración reciben, el 3% afirma que es excelente, el 17% menciona que es buena, 66% que representa la mayor parte de la muestra opina es regular, el 12% considera que es deficiente y sólo el 2% cree que es mala. Los resultados reflejan la percepción de alumnos en condiciones atípicas por estar atravesando una pandemia que genera muchas limitaciones en diferentes aspectos y especialmente las diferentes brechas de tecnología para el aprendizaje virtual de cada estudiante.

**Tabla 8**

*Capacidad de respuesta (Respuesta pronta y eficaz)*

Escala de la variable	Cantidad	%
Excelente	4	4%
Buena	87	86%
Regular	10	10%
Deficiente	0	0%
Mala	0	0%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia



**Figura 2.**

*Capacidad de respuesta*

Fuente: SPSS



## Interpretación

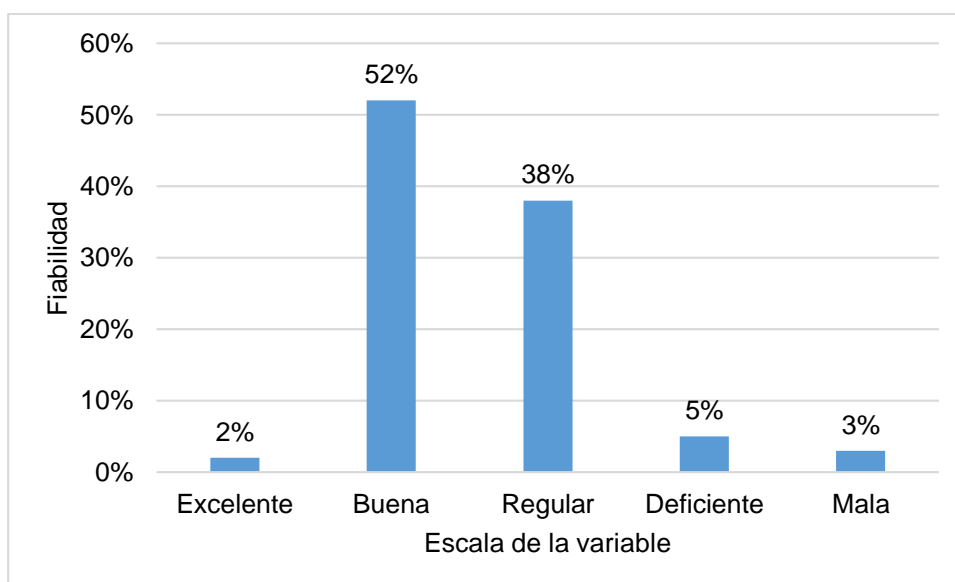
En la tabla 8 y figura 2, se identifica la capacidad de respuesta como dimensión de la variable calidad de los servicios académicos que los alumnos reciben en la carrera de Administración, el 4% considera que es excelente, el 86% que es la mayor parte de la muestra afirma que es buena y el 10% opinan que es regular. Dichos resultados demuestran que los estudiantes son atendidos de manera pronta y eficaz a través de los diferentes medios físicos y virtuales que tienen a disposición de los estudiantes, incluso con los medios virtuales no hay restricción de horarios.

**Tabla 9**

*Fiabilidad (Servicio prometido con formalidad y exactitud)*

Escala de la variable	Cantidad	%
Excelente	2	2%
Buena	53	52%
Regular	38	38%
Deficiente	5	5%
Mala	3	3%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia



**Figura 3.**

*Fiabilidad*

Fuente: SPSS

## Interpretación

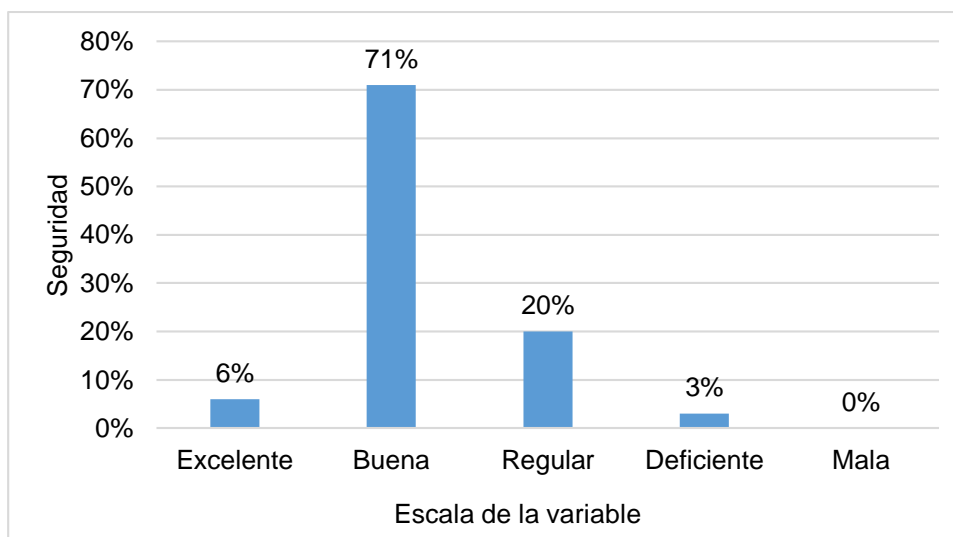
En la tabla 9 y figura 3, se identifica la fiabilidad (el servicio con formalidad y exactitud) como dimensión de la variable calidad de los servicios académicos que los alumnos reciben en los estudiantes Administración, el 2% de la muestra opina que es excelente, el 52% que representa la mayor parte de la muestra considera que es buena, el 38% menciona que a nivel promedio, el 5% piensa que es deficiente y sólo el 3% piensa que es deficiente. Los resultados demuestran que la percepción de calidad del servicio prometido es aceptada por los alumnos. de administración.

**Tabla 10**

*Seguridad (Competencia y cortesía del personal que infunde confianza)*

Escala de la variable	Cantidad	%
Excelente	6	6%
Buena	72	71%
Regular	20	20%
Deficiente	3	3%
Mala	0	0%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*



**Figura 4.**

*Seguridad*

Fuente: SPSS

## Interpretación

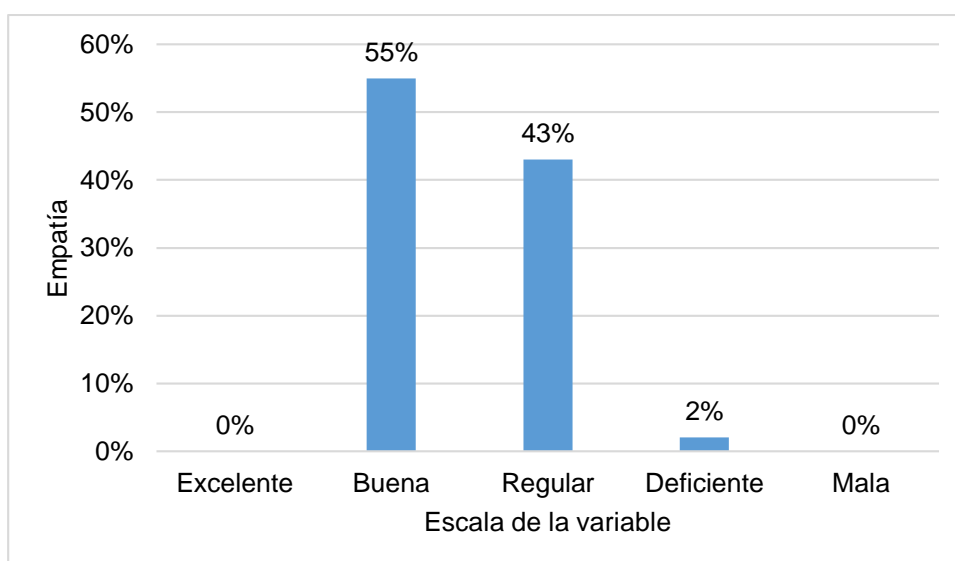
En la tabla 10 y figura 4, se identifica la seguridad (Competitividad y cortesía del personal que infunde confianza) como dimensión de la variable calidad de los servicios académicos que los alumnos reciben en Administración, el 6% de la muestra opina que es excelente, el 71% que es la mayor parte de muestra considera que es bueno, el 20% cree que es regular y sólo el 3% afirma que es deficiente. Los resultados demuestran que los alumnos de la escuela de Administración sienten seguridad por la cortesía y la confianza con la que son atendidos por los docentes y administrativos de la Universidad Nacional de San Martín.

**Tabla 11**

*Empatía*

Escala de la variable	Cantidad	%
Excelente	0	0%
Buena	56	55%
Regular	43	43%
Deficiente	2	2%
Mala	0	0%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaboración propia



**Figura 5.**

*Empatía*

Fuente: SPSS

## Interpretación

En la tabla 11 y figura 5, se identifica la empatía como dimensión de la variable calidad de los servicios académicos, el 55% que es la mayor parte de la muestra mencionan que es buena, el 43% que es regular y el 2% que es deficiente. Estos resultados demuestran que los alumnos perciben que los docentes y administrativos entienden la situación particular de cada estudiante.

## Nivel de satisfacción de los estudiantes de Administración – 2020

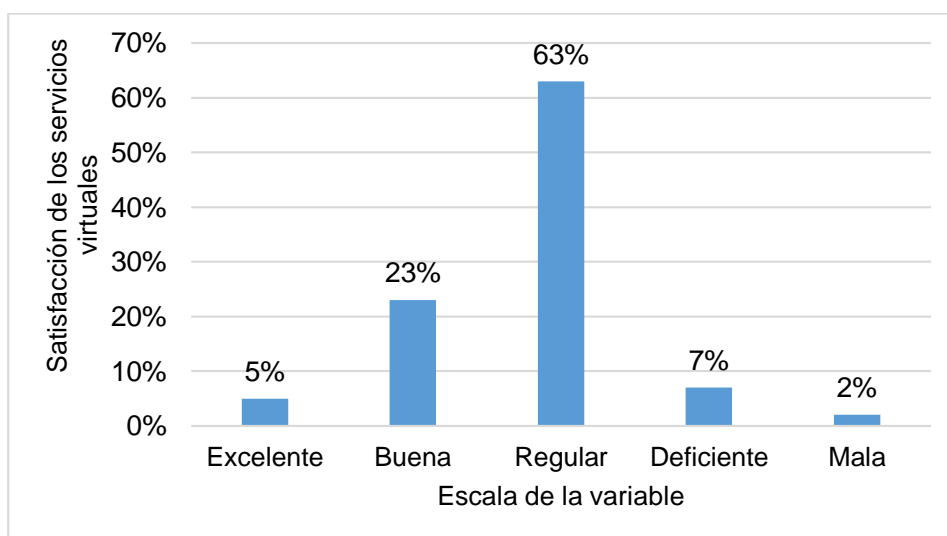
Para evaluar el nivel de satisfacción de los alumnos de administración, las personas consideran evaluarlos según aspectos, como se muestra en las tablas y figuras a continuación.

**Tabla 12**

*Satisfacción de los servicios virtuales*

Escala de la variable	Cantidad	%
Excelente	5	5%
Buena	23	23%
Regular	64	63%
Deficiente	7	7%
Mala	2	2%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaboración propia



**Figura 6.**

*Satisfacción de los servicios virtuales*

Fuente: SPSS

## Interpretación

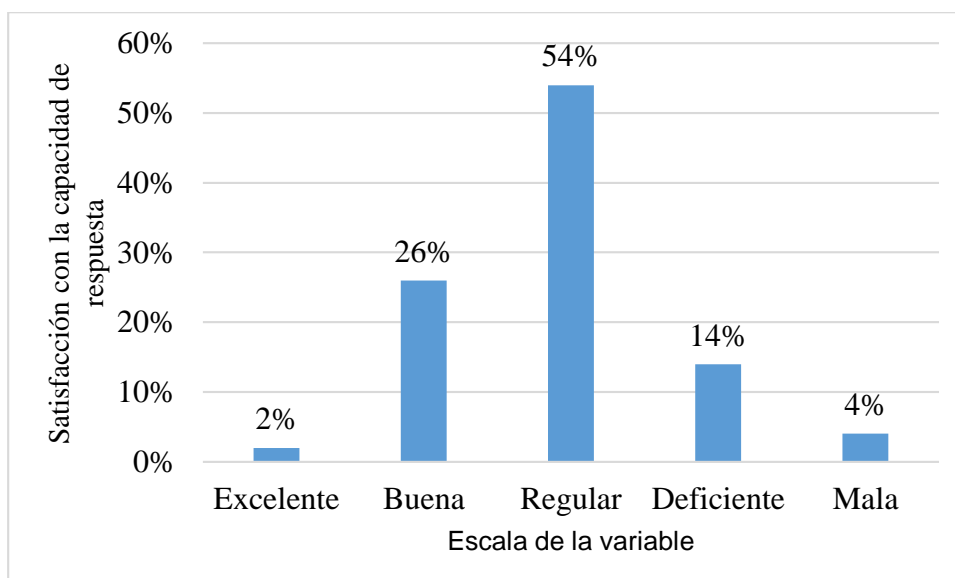
En la tabla 12 y figura 6, se determina el grado de satisfacción de los servicios virtuales como dimensión de la variable satisfacción de los alumnos de Administración, el 5% de la muestra opina que es excelente, el 23% afirma que es buena, 63% que representa la mayoría de la muestra considera que es regular, el 7% menciona que es deficiente y un 2% cree que es mala. Estos resultados demuestran que aún existen dificultades en los servicios virtuales que necesitan mejorarse para incrementar el nivel de satisfacción de los alumnos.

**Tabla 13**

*Satisfacción con la capacidad de respuesta*

Escala de la variable	Cantidad	%
Excelente	2	2%
Buena	26	26%
Regular	55	54%
Deficiente	14	14%
Mala	4	4%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia



**Figura 7.**

*Satisfacción con la capacidad de respuesta*

Fuente: SPSS

## Interpretación

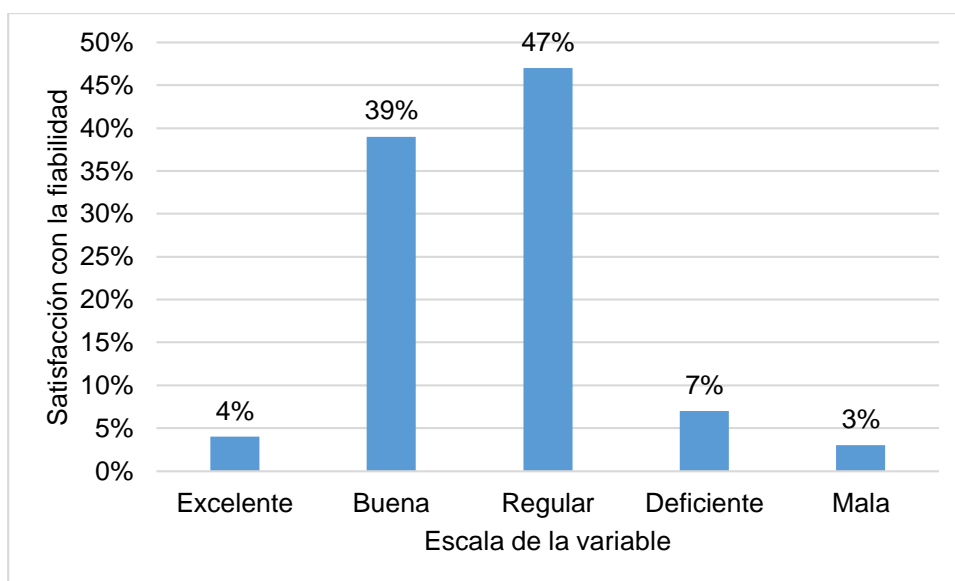
En la tabla 13 y figura 7, se determina el grado de satisfacción con la capacidad de respuesta como dimensión de la variable satisfacción de los alumnos de Administración, el 2% de la muestra cree que es excelente, el 26% lo considera buena, el 54% que corresponde a la mayoría de la muestra afirma que es regular, el 14% menciona que es deficiente y el 4% opina que es mala el grado de satisfacción. Los resultados demuestran que las respuestas recibidas no satisfacen por completo sus necesidades y expectativas.

**Tabla 14**

*Satisfacción con la fiabilidad*

Escala de la variable	Cantidad	%
Excelente	4	4%
Buena	39	39%
Regular	48	47%
Deficiente	7	7%
Mala	3	3%
Total	101	100%

*Fuente:* Elaboración propia



**Figura 8.**

*Satisfacción con la fiabilidad*

Fuente: SPSS

## Interpretación

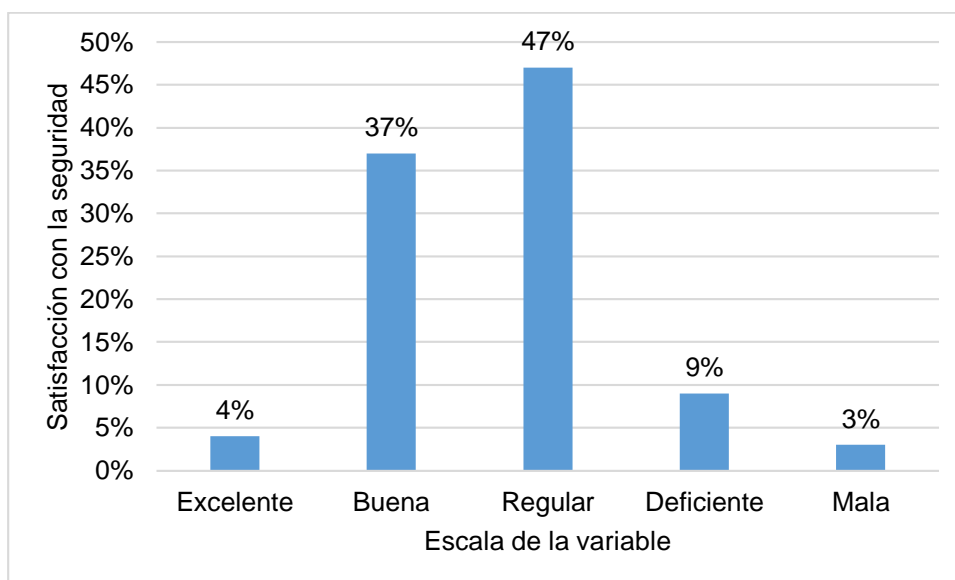
En la tabla 14 y figura 8, se determina el grado de satisfacción con la fiabilidad como dimensión de la variable satisfacción de los alumnos de Administración, el 4% menciona de la muestra menciona que es excelente, el 39% afirma que es buena, el 47% que es la mayoría de la muestra considera que es regular, el 7% opina que es deficiente y el 3% cree que es mala. Los resultados demuestran que el servicio prometido con formalidad y exactitud a la mayoría no termina por satisfacer sus expectativas.

**Tabla 15**

*Satisfacción con la seguridad*

Escala de la variable	Cantidad	%
Excelente	4	4%
Buena	38	37%
Regular	47	47%
Deficiente	9	9%
Mala	3	3%
Total	101	100%

*Fuente:* Elaboración propia



*Figura 9.*

*Satisfacción con la seguridad*

Fuente: SPSS

## Interpretación

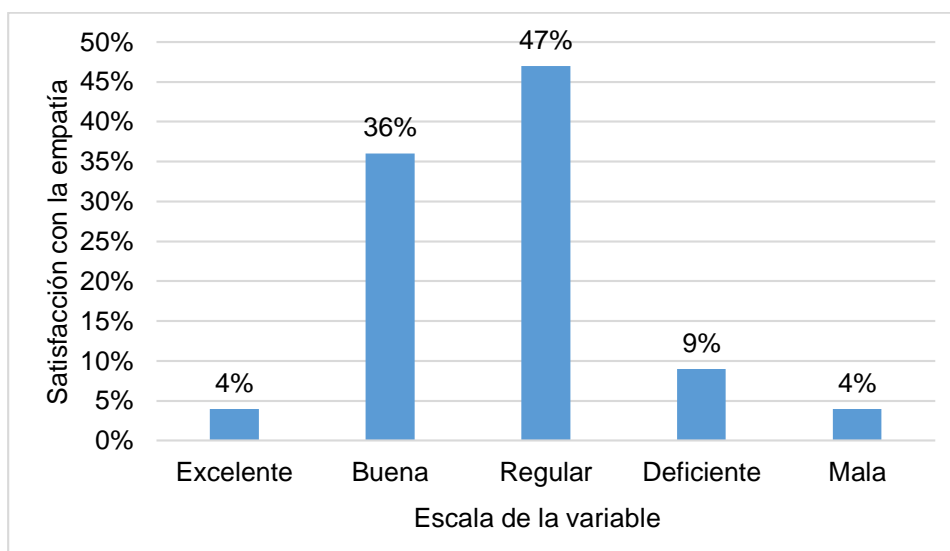
En la tabla 15 y figura 9, se determina el grado de satisfacción con la seguridad como dimensión de la variable satisfacción de los alumnos de Administración, el 4% de la muestra opina que es excelente, 37% menciona que es buena, 47% que representa la mayoría de la muestra afirma que es regular. El 9% cree que es deficiente y el 3% considera que es mala. Los resultados demuestran que los estudiantes confían que sus necesidades serán atendidas, pero aún no están totalmente satisfechos.

**Tabla 16**

*Satisfacción con la empatía*

Escala de la variable	Cantidad	%
Excelente	4	4%
Buena	37	36%
Regular	47	47%
Deficiente	9	9%
Mala	4	4%
Total	101	100%

*Fuente:* Elaboración propia



**Figura 10.**

*Satisfacción con la empatía*

Fuente: SPSS



### Interpretación

En la tabla 16 y figura 10, se determina el grado de satisfacción con la empatía como dimensión de la variable satisfacción de los alumnos de Administración, el 4% de la muestra cree que es excelente, el 36% lo considera buena, el 47% que corresponde a la mayoría de la muestra afirma que es regular, el 9% menciona que es deficiente y el 4% opina que es mala. Los resultados demuestran que las respuestas recibidas no satisfacen por completo sus necesidades y expectativas.

### Influencia de las dimensiones de la calidad de los servicios académicos en las dimensiones de la satisfacción de los estudiantes de Administración - 2020.

**Tabla 17**

*Correlación de virtualidad del servicio con las dimensiones de satisfacción de los alumnos*

		Satisfacción				
		Seguridad	Servicios virtuales	Capacidad de respuesta	Fiabilidad	Empatía
Virtualidad del servicio	Coefficiente de correlación	,350**	,842**	,419**	,304**	,350**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.002	.000
	N	101	101	101	101	101

### Interpretación

La Tabla 17 muestra que el aspecto virtual del servicio se correlaciona con todos los aspectos de la variable satisfacción de los alumnos de Gestión. Se observa que, con una probabilidad de error de 0.000, existe una fuerte correlación positiva ( $r=0.842$ ) entre la virtualidad del servicio y la satisfacción con el servicio virtual; y correlaciones positivas débiles y moderadas para otros aspectos de la variable satisfacción estudiantil. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y se confirma que el servicio virtual está significativamente relacionado con la satisfacción del servicio virtual de los estudiantes de negocios - 2020.

**Tabla 18**

*Correlación de capacidad de respuesta con las dimensiones de satisfacción de los alumnos*

		Satisfacción				
		Seguridad	Servicios virtuales	Capacidad de respuesta	Fiabilidad	Empatía
Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	,317**	,532 **	,425**	,242*	,317**
	Sig. (bilateral)	.001	.000	.000	.015	.001
	N	101	101	101	101	101

### Interpretación

La Tabla 18 muestra que el aspecto de capacidad de respuesta se correlaciona con todos los aspectos de la variable satisfacción de los alumnos de Gestión. Así, con una probabilidad de error de 0,000, existe una correlación positiva moderada ( $r=0,532$ ) entre la capacidad de respuesta y la satisfacción con los servicios virtuales y la satisfacción con la capacidad de respuesta ( $r=0,425$ ); y correlaciones positivas débiles con otros aspectos de las variables de satisfacción de los alumnos. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y se encuentra que la capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción con el servicio virtual y la satisfacción con la capacidad de respuesta entre los alumnos de negocios - 2020.

**Tabla 19**

*Correlación de fiabilidad con las dimensiones de satisfacción de los estudiantes*

		Satisfacción				
		Seguridad	Servicios virtuales	Capacidad de respuesta	Fiabilidad	Empatía
Fiabilidad	Coefficiente de correlación	,801**	,200*	,545**	,810**	,801**
	Sig. (bilateral)	.000	.045	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101

### Interpretación

En la Tabla 19 se muestra que la dimensión confiabilidad se correlaciona con todas las dimensiones de la variable nivel de satisfacción de los alumnos de Administración. Se observó que, con una probabilidad de error de 0,000, hubo una correlación positiva alta ( $r=0,801$ ) entre confiabilidad y satisfacción con la seguridad y empatía; correlación positiva alta ( $r = 0,810$ ) entre confiabilidad y satisfacción con la confiabilidad y correlación positiva moderada ( $r = 0,545$ ) con satisfacción con la capacidad de respuesta. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y se encuentra que la confiabilidad está significativamente relacionada con la satisfacción de los alumnos de negocios con la seguridad, confiabilidad y empatía en los servicios virtuales - 2020.

**Tabla 20**

*Correlación de seguridad con las dimensiones de satisfacción de los alumnos*

		Satisfacción				
		Seguridad	Servicios virtuales	Capacidad de respuesta	Fiabilidad	Empatía
Seguridad	Coefficiente de correlación	,642**	.606	,571**	,677**	,642*
	Sig. (bilateral)	.000	.291	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101

### Interpretación

En la Tabla 20 se muestra que el aspecto seguridad se correlaciona con 4 de 5 aspectos de la variable satisfacción de los alumnos de Gestión. Así, con una probabilidad de error de 0,000, existe una correlación positiva moderada entre seguridad y satisfacción con la seguridad ( $r=0,642$ ), satisfacción con la capacidad de respuesta ( $r=0,571$ ), satisfacción con la seguridad ( $r=0,642$ ), satisfacción con la capacidad de respuesta ( $r =0,571$ ), satisfacción con la confiabilidad ( $r=0,677$ ) y satisfacción con la empatía ( $r=0,677$ )  $r=0,642$ ). Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y se confirma que la seguridad está significativamente relacionada con la satisfacción con la seguridad, la capacidad de respuesta, la confiabilidad y la empatía entre los alumnos de negocios - 2020.

**Tabla 21***Correlación de empatía con las dimensiones de satisfacción de los alumnos*

		Satisfacción				
		Seguridad	Servicios virtuales	Capacidad de respuesta	Fiabilidad	Empatía
Empatía	Coeficiente de correlación	,414**	,588**	,630**	,349**	,414**
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101

**Interpretación**

En la Tabla 21 se muestra que la dimensión empatía se correlaciona con todos los aspectos de la variable satisfacción de los alumnos de Gestión. Observamos que, con una probabilidad de error de 0,000, existe una correlación positiva moderada entre empatía y satisfacción con la seguridad ( $r=0,414$ ), servicio virtual ( $r=0,588$ ), retroalimentación de capacidad de respuesta ( $r=0,630$ ) y satisfacción con la empatía ( $r=0,414$ ). Luego, se acepta la hipótesis alternativa y afirma que la empatía se relaciona significativamente con la satisfacción con la seguridad, el servicio virtual, la capacidad de respuesta y la satisfacción con la empatía de los alumnos de gestión - 2020.

**Relación de las dimensiones de la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los alumnos de Administración – 2020.****Tabla 22***Correlación de virtualidad de servicio y la variable satisfacción de los alumnos*

		Satisfacción de los alumnos	
Virtualidad del servicio	Coeficiente de correlación	de	,479**
	Sig. (bilateral)		.000
	N		101

**Interpretación**

En la Tabla 22 se determina la relación entre la virtualidad del servicio y la satisfacción de los alumnos de gestión. Con una probabilidad de error de 0,000, existe una

correlación positiva moderada ( $r=0,479$ ). Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y sugiere que los servicios virtuales se relacionan significativamente con la satisfacción de los alumnos de Gestión - 2020.

**Tabla 23**

*Correlación de capacidad de respuesta y la variable satisfacción de los alumnos*

		Satisfacción de los alumnos
Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	,436**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	101

### **Interpretación**

La Tabla 23 identifica la relación entre capacidad de respuesta y satisfacción de los alumnos de negocios. Con una probabilidad de error de 0,000, existe una correlación positiva moderada ( $r=0,436$ ). Luego se acepta la hipótesis alternativa y se confirma que la capacidad de respuesta está significativamente relacionada con la satisfacción de los alumnos de negocios - 2020.

**Tabla 24**

*Correlación de fiabilidad y la variable satisfacción de los alumnos*

		Satisfacción de los alumnos
Fiabilidad	Coeficiente de correlación	,589**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	101

### **Interpretación**

La tabla 24, determina la correlación de fiabilidad y la satisfacción de los estudiantes de Administración, con una probabilidad de error del 0,000 existe correlación positiva moderada ( $r = 0,589$ ). En consecuencia, se acepta la hipótesis alternativa y se afirma que la fiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción de los alumnos de Administración – 2020.

**Tabla 25***Correlación de seguridad y la variable satisfacción de los alumnos*

		Satisfacción de los alumnos
Seguridad	Coeficiente de correlación	,648**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	101

**Interpretación**

En la Tabla 25 se identifica la correlación entre seguridad y satisfacción de los alumnos de negocios, teniendo una probabilidad de error de 0,000 una correlación positiva moderada ( $r=0,648$ ). Luego, se acepta la hipótesis alternativa y se encuentra que la seguridad está relacionada significativamente con la satisfacción de los alumnos de negocios – 2020.

**Tabla 26***Correlación de empatía y la variable satisfacción de los alumnos*

		Satisfacción de los alumnos
Empatía	Coeficiente de correlación	,539**
	Sig. (bilateral)	.000
	N	101

**Interpretación**

En la Tabla 26 se identifica la relación entre la empatía y la satisfacción de los alumnos de negocios, teniendo una probabilidad de error de 0,000 una correlación positiva moderada ( $r=0,539$ ). Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y se encuentra que la empatía se relaciona significativamente con la satisfacción de los alumnos de negocios - 2020.

**Relación de la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020.**

**Tabla 27***Correlación de la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los alumnos*

<b>Rho de Spearman</b>		Satisfacción de los alumnos
Calidad de los servicios académicos	Coeficiente de correlación	0,754**
	Sig. (bilateral)	0,000
	N	101

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

*Fuente:* Elaboración propia

### **Interpretación**

La Tabla 27 identifica la relación entre la calidad del servicio académico y la satisfacción administrativa de los estudiantes. Con una probabilidad de error de 0,000, existe una correlación positiva alta ( $r=0,754$ ). Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y afirma que la calidad del servicio académico está significativamente relacionada con la satisfacción de los alumnos de negocios - 2020.

### **4.2. Discusiones**

El objetivo general es determinar la relación entre la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los alumnos de la carrera de Gestión de la Universidad Nacional de San Martín - 2020. Los resultados se obtienen en la Tabla 27 con una probabilidad de error de 0.000. Existe una fuerte correlación positiva. con el de Spearman. Rho  $r=0,754$  demuestra que la calidad de los diversos servicios académicos tiene una fuerte influencia en la satisfacción de los alumnos, aceptando la hipótesis del investigador. Los datos, comparados con los encontrados por Pumacayo et al. (2020) en su estudio sobre responsabilidad social universitaria y calidad del servicio administrativo concluyeron que existe una relación significativa entre la responsabilidad social y la calidad universitaria.

del servicio administrativo con un valor significativo de  $p < 0,05$  y Spearman Rho = 0,896 de alta correlación positiva. Los resultados demuestran que es muy importante brindar un servicio académico acorde con las expectativas de los alumnos de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto. Al respecto Zeithalm (2000), plantea la calidad del servicio como un determinante clave para que los usuarios alcancen niveles de satisfacción favorables, por lo que las entidades ofertantes de servicios deben poner énfasis para que percepción sea óptima y se logren los resultados esperados (p. 73).

La variable calidad de los servicios académicos que los alumnos reciben en Administración - 2020. Los resultados obtenidos demostraron que: De acuerdo tabla 7 el 66% afirma que servicio de enseñanza virtual es regular y en la tabla 11 el 63% su satisfacción es regular, en la tabla 7 el 86% menciona que la capacidad de respuesta es buena y en la tabla 12 el 54% su satisfacción es regular, en la tabla 8 el 52% considera que la fiabilidad es buen y en la tabla 13 el 47% su satisfacción es regular, en la tabla 9 el 71% cree que la seguridad es buena y en la tabla 14 el 47% su satisfacción es regular y en la tabla 10 el 55% afirma que la empatía es buena y en la tabla 15 el 47% su satisfacción es regular. Datos que al ser comparados con los encontrados por Pumacayo et al. (2020) en la investigación La responsabilidad social de la universidad y la calidad de los servicios administrativos muestran que el 47% calificó la responsabilidad social de la universidad como mala y el 26,5% pensó que la calidad de los servicios administrativos era mala. De igual forma, los resultados de Astete (2018) en el estudio Calidad de los servicios educativos y satisfacción de los alumnos de la Escuela de Contaduría Profesional de la Universidad Alas Peruanas Sede Cusco - 2018 concluyeron que el 53.68% de los alumnos cree que los servicios educativos son deficientes; El 62.80% de los estudiantes piensa que la calidad de los servicios educativos es media; El 62.80% de los alumnos piensa que la calidad de los servicios administrativos es inadecuada; y el 62,80% piensa que la calidad de la infraestructura y equipamiento es media. Estos resultados demuestran que el servicio académico que reciben los estudiantes administrativos de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto es bueno, asegurando una formación profesional que responda a las percepciones y expectativas reales de los alumnos. En este sentido, Parusaraman, et al (1988), sostuvieron que para determinar una calidad de servicios percibido óptima por parte de los usuarios, es importante también analizar sus expectativas respecto del mismo, ya que, en base a ello, podrán contrastar si es que la entidad les brindó o les viene brindando los resultados que ellos mismos esperaban de acuerdo a ideales propiamente establecidos (p. 16).

De satisfacción de alumnos de negocios - 2020. Los resultados muestran: Con una probabilidad de error de 0.000, se observa que: en la tabla 16, existe una alta correlación positiva ( $r= 0.842$ ) entre lo virtual y la satisfacción con los servicios virtuales; En la Tabla 17, existe una correlación positiva moderada ( $r=0,532$ ) entre capacidad de respuesta y satisfacción con los servicios virtuales y satisfacción con capacidad de respuesta ( $r=0,425$ ); En la Tabla 18 existe una alta correlación positiva ( $r = 0,801$ ) entre confiabilidad y satisfacción con la seguridad y la empatía; correlación positiva alta ( $r = 0,810$ ) entre confiabilidad y satisfacción con la confiabilidad y correlación positiva



moderada ( $r = 0,545$ ) con satisfacción con la capacidad de respuesta; En la Tabla 19, existe una correlación positiva moderada entre seguridad y satisfacción con la seguridad ( $r=0,642$ ), satisfacción con la capacidad de respuesta ( $r=0,571$ ), satisfacción con la confiabilidad ( $r=0,677$ ) y satisfacción con la empatía ( $r=0,642$ ); En la Tabla 20, existe una correlación positiva moderada entre empatía y satisfacción con la seguridad ( $r=0,414$ ), servicio virtual ( $r=0,588$ ), capacidad de respuesta ( $r=0,630$ ) y satisfacción con la empatía ( $r=0,414$ ). Los datos también se compararán con los datos encontrados por Rossato et al. (2020) en el estudio Satisfacción académica de alumnos universitarios: casos de campus universitarios quién concluyó que los alumnos están satisfechos con el curso en el que están matriculados, con una media de 4,22 en una escala de 1 a 5 considerada una satisfacción positiva por el curso, infiriendo que los estudiantes tienen una concepción favorable de la satisfacción de sus necesidades. Con estos resultados se determina que la satisfacción es un factor fundamental para una buena formación académica de los alumnos, ya que incide directamente en la calidad de su desarrollo personal y profesional, siendo necesario trabajar en estrategias que incremente de regular a bueno y excelente el nivel de satisfacción de los alumnos de Administración.

Respecto a la relación entre los aspectos de calidad del servicio académico y la satisfacción de los alumnos de la carrera de Gestión -2020. Con una probabilidad de error de 0.000, se encuentra que: en la tabla 21 tienen una correlación positiva moderada ( $r=0,479$ ); En el Cuadro 22 existe una correlación positiva moderada ( $r=0,436$ ); En el Cuadro 23 existe una correlación positiva moderada ( $r=0,589$ ); En la Tabla 24 hay una correlación positiva moderada ( $r=0,648$ ) y en la Tabla 25 hay una correlación positiva moderada ( $r=0,539$ ). Según Vavra (2003), la satisfacción del cliente o usuario es la alegría que experimenta un consumidor después de probar un determinado producto o servicio, es decir, la respuesta emocional del consumidor basada en la diferencia evaluada entre sus expectativas y las expectativas del consumidor experiencia al probar un determinado producto o servicio. (página 402).

## CONCLUSIONES

El nivel de calidad de los servicios académicos es buena debido a que en ese entonces la educación era totalmente virtual y el personal tenía que estar activamente en las plataformas (correo, campus virtual y redes sociales), así como también la comprensión de los docentes estuvo a la altura; y con respecto a la satisfacción del alumno obtuvimos que es regular ya que a pesar de brindarnos soluciones rápidas no siempre eran las esperadas y/o correctas para el alumno porque el personal educativo no estaban totalmente capacitados y familiarizados con este tipo de enseñanza por ello nos llevaba a buscar más información en el internet u otras fuentes.

Al estudiar la influencia de las dimensiones de calidad del servicio observamos que varían de acuerdo a las diferentes dimensiones de satisfacción dándonos como resultado la existencia de una influencia positiva moderada, esto se deduce respecto a lo que nos ofrecían con lo que nosotros recibimos de dichos servicios.

En cuanto a la relación entre las dimensiones de calidad del servicio académico y las variables satisfacción de los alumnos, se encontró que existe una correlación positiva moderada, ya que los alumnos no se sienten 100% satisfechos con los servicios que brinda la Universidad Nacional de San Martín. considera el factor de implementación de la plataforma por primera vez en este enfoque de investigación.

La relación entre la calidad del servicio académico y la satisfacción administrativa de los alumnos exhibe una asociación con una probabilidad de error de 0.000, lo que resulta en una fuerte correlación positiva con  $Rho r$  de Spearman = 0.754, lo que demuestra que la calidad del servicio transformador de los académicos de alto impacto. afecta la satisfacción de los alumnos. Aceptar la hipótesis o solución alternativa del investigador.

## RECOMENDACIONES

Se debe tener presente la capacitación constante de todo el personal administrativo y plana docente de la escuela Profesional de Administración; con respecto a lo administrativo llevar una obligatoria organización e implementación de un software de autocompletado de datos para el ingreso de una adecuada documentación y así mejorar la capacidad de respuesta y servicios virtuales en términos de tiempo y manejo, ya que en su debido momento la dificultad era enorme y su adaptación lenta, esto ayudará en un futuro porque no estamos salvos de caer nuevamente en una situación de estado de emergencia sanitaria.

Al director de la escuela Profesional de Administración poner en práctica y rigurosidad en el tema de las encuestas estudiantiles y además proporcionar una nueva para el personal administrativo, con la finalidad de hacer un seguimiento y evaluar la atención esperada por los estudiantes e incrementar el nivel de calidad y satisfacción.

Para mejorar u obtener una satisfacción alta por parte de los alumnos, la universidad y escuela profesional de Administración, debe centrarse en la actualización constante del campus virtual y enriquecer este método de estudio para prevenir las deficiencias que se podría provocar ante una nueva pandemia o emergencia sanitaria.

La universidad debe seguir manteniendo e incluso mejorar en sus diversos aspectos relacionados a la calidad del servicio para obtener una mayor satisfacción en los estudiantes, ya que ganando ese prestigio podrá destacar y ser competitivo con las demás universidades a nivel nacional, de esa manera los estudiantes se sentirán identificados con la institución haciendo que sea llamativo para la población estudiantil egresada e incentivar que quieran formar parte de ella.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvaro, F. (2012). *As plataformas virtuales en la enseñanza semipresencial de adultos*. UAL.
- Alves, H., & Raposo, M. (2004). La medición de la satisfacción en la enseñanza universitaria: El ejemplo de la universidad da beirainterior. *Revista Internacional de Marketing Público y No Lucrativo*, 1(1), 73–88. <https://doi.org/10.1007/bf02896618>
- Araiza, M., Zambrano, A., & Ramirez, J. (2016). Calidad de los servicios universitarios: Una percepción desde sus actores en una escuela de negocios (Quality of services university: A perception from their actors in a business school). *Innovaciones de Negocios*, 13(25), 71–95.
- Arce, A., & Arana, M. (2017). Relación entre la calidad de servicios académicos y la satisfacción en los estudiantes de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto – 2017. *Revista de Investigación Universitaria*, 6(2), 1–10.
- Astete, R. (2018). *Calidad de servicio educativo y satisfacción estudiantil en los estudiantes de la escuela profesional de contabilidad de la Universidad Alas Peruanas Filial Cusco-2018*. Universidad Cesar Vallejo.
- Barberà, E., Badia, A., & Mominó, J. (2001). La incógnita de la educación a distancia. *Cuadernos de Educación*, 35.
- Belyukova, S. A. & Fox, C. M. (2002). Student Satisfaction as a Measure of Student Development: Towards a Universal Metric. *Journal of College Student Development*, marzo-abri.
- Belyukova, S., & Fox, C. (2002). Student satisfaction as a measure of student development: Towards a universal metric. *Journal of College Student Development*, 43(2), 161–172.
- Blanco, R. J. & Blanco, R. (2007). *La Medición de la Calidad de Servicios en la Educación Universitaria. Puerto Rico: Facultad de Ciencias Sociales de Referencias 125 la Universidad de Puerto Rico*. 2007.
- Blanco, R. . 2006. (2006). La Equidad y la Inclusión Social: Uno de los Desafíos de la Educación y la Escuela de hoy. *Revista Electrónica Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio En Educación*., 4 (3), 1–25.

- Bonilla, L. A. G. (2016). Deliberación entorno a la Educación Virtual. Interconectando. *Interconectando Saberes*, 1, 77–89.
- Castañeda, E., Benítez, A., & Suárez, A. (2019). Análisis de la calidad de los servicios académico administrativos en una universidad colombiana. *Revista Lasallista de Investigación*, 16(1), 47–60. <https://doi.org/10.22507/rli.v16n1a9>
- Castaño, J. (2011). *El uso de internet para la interacción en el aprendizaje: un análisis de la eficacia y la igualdad en el sistema Universitario Catalán*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Castillo-Arcos, L., & Maas-Góngora, L. (2017). Percepción de satisfacción de los estudiantes de enfermería en el uso de la simulación clínica. *Ra Ximhai*, 13(2), 63–76. <https://doi.org/10.35197/rx.13.02.2017.05.lc>
- Covey, S. R. (2003). *Los 7 Hábitos de la Gente Altamente Efectiva* (41 Paidós). Buenos Aires.
- Dearing, S. (1997). *Informe Dearing. In Nottingham: Universidad de Nottingham*.
- Flores, J. (2003). La Satisfacción Estudiantil Como Indicador de la Calidad de la Educación Superior. Investigación Educativa. *Revista Del Instituto de Investigación Educativa – U.N.M.S.M*, 77–85.
- Garbanzo, G. (2007). Factores asociados al rendimiento académico en estudiantes universitarios, una reflexión desde la calidad de la educación superior pública. *Revista Educación*, 31(1), 43–63. <https://doi.org/10.15517/revedu.v31i1.1252>
- Gento, P. S. (2000). *Instituciones Educativas para la Calidad Total*. (Segunda Ed; S. A. La Muralla, Ed.). España.
- González, L. E., & Espinoza, O. (2008). Calidad en la Educación Superior: Conceptos y Modelos. *In La Profesión Académica*, 21–27.
- Handayani, M., & Pattiasina, V. (2019). Quality Academic Services Antecedent towards the Level of Students Satisfaction in Distance Learning Program Unit Universitas Terbuka Jayapura. *The International Journal of Social Sciences World*, 01(01), 21–35. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3553704>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edic, Vol. 3). Retrieved from <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>

- Inquilla, J., Calsina, W., & Velazco, B. (2017). La calidad educativa y administrativa vista desde dentro: Caso Universidad Nacional Del Altiplano – Puno –Perú 2017. *Comunicación*, 8(1), 1–11.
- Iso 9000:2015, N. (2015). *Requisitos para los Sistemas de Gestión de la Calidad Interpretación libre de ISO/DIS 9001:2015*.
- Jiménez Chinga, R., & Zeta Vite, A. (2020). Calidad del servicio, satisfacción y lealtad de estudiantes universitarios peruanos. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), 292–301.
- Juran, J. M. (1996). Juran y la Calidad por el Diseño. S.L., *Ediciones Díaz de Santos*., 592.
- Lewis, R. (1994). *Total Quality in Higher Education*. Delray Beach: St. Lucie Press.
- Marciniak, R., & Gairín-Sallán, J. (2018). Dimensiones de evaluación de calidad de educación virtual: revisión de modelos referentes. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*., 21(1), 217–238.
- Mohammad-Al-dweeri, R. (2011). *La calidad en los servicios electrónicos como estrategia competitiva. Modélos de análisis de sus componentes y efectos sobre la satisfacción y la lealtad*. Universidad de Málaga.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pumacayo, I., Calla, K., Yangali, J., Vasquez, M., Arrátia, G., & Rodríguez, J. (2020). Responsabilidad social universitaria y la calidad de servicio administrativo. *Revista de Investigación Apuntes Universitarios*, 10(1), 46–63.
- Rebollar, A. M., & Campos, W. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista Mexicana de Ingeniería Biomédica*, 36(3), 181–191.
- Rossato, V., Pinto, N., & Müller, A. (2020). Satisfação acadêmica de estudantes de ensino superior: o caso de um campus universitário. *Revista de Gestão e Secretariado*, 11(3), 185–211. <https://doi.org/10.7769/gesec.v11i3.1082>

- Serrano, S. (2007). *La Calidad Docente del Profesorado Universitario*. En H. Ruíz Calderón, & B. López de Villarreal, *Universidad y calidad: experiencias y proyectos*.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing* (14th editi; Mc Graw Hill, Ed.). México.
- Tavera, F. (2000). *La calidad en la enseñanza de la ingeniería ante el siglo XXI* (p. 128). p. 128.
- UNESCO. (1998). Declaración Mundial Sobre la Educación Superior en el Siglo Xxi: Visión y Acción y Marco de Acción Prioritaria para el Cambio y el Desarrollo de la Educación Superior. *Conferencia Mundial Sobre La Educación Superior*, 1–20.
- Upcraft, M. L., & Schuh, J. H. (1996). *Assessment in Student Affairs: A Guide for Practitioners*. San Francisco: Jossey Bass.
- Vargas, Z. (2009). La Investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155–165. <https://doi.org/10.15517/revedu.v33i1.538>
- Vavra, T. (2003). *Medir la Satisfacción del Cliente; Según la ISO 9001:2000*. (Segunda ed). Madrid, Fundación Confemetal.
- Villafuerte, J., Bello, J., Cevallos, Y., & Bermello, J. (2020). Rol de los docentes ante la crisis del COVID-19, una mirada desde el enfoque humano. *REFCaIE: Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*, 8(1), 134-150.
- Zeithalm, V. (2000). Service quality, profitability, and the economic worth of customers: What we know and what we need to learn. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 67–85.

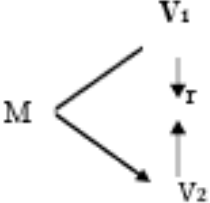
**ANEXOS**



### Anexo N° 01. Matriz de consistencia

**Título:** Calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín – 2020.

Problema general	Problemas específicos	Objetivos		Hipótesis
<p>¿Cuál es la relación de la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020?</p>	<p>a. ¿Cuál es el nivel de calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín – 2020?</p> <p>b. ¿Cuál es el grado de influencia de las dimensiones de la calidad de los servicios académicos en las dimensiones de la satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín – 2020?</p> <p>c. ¿Cuál es la relación de la calidad de los servicios académicos con la variable satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín -2020?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación de la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020.</p> <p><b>Objetivos Específicos.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar el nivel de la calidad de los servicios académicos y el nivel de satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín – 2020.</li> <li>- Analizar la influencia de las dimensiones de la calidad de los servicios académicos en las dimensiones de la satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020.</li> <li>- Establecer la relación de las dimensiones de la calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020.</li> </ul>		<p>Hi: Existe relación de la calidad los servicios académicos y satisfacción de los estudiantes de Administración de Universidad Nacional de San Martín - 2020.</p> <p>Ho: No existe relación de calidad de los servicios académicos y la satisfacción los estudiantes de Administrac de la Universidad Nacional de San Martín - 2020.</p>
<p><b>Marco teórico</b></p>	<p><b>Dimensiones</b></p>	<p><b>Indicadores</b></p>	<p><b>Metodología</b></p>	<p><b>Población y</b></p>

<p><b><u>Variable I. Calidad de los servicios académicos</u></b></p> <p>Calidad del servicio representa la diferencia entre las percepciones reales de los clientes que tienen del servicio actual y las expectativas que tienen sobre el servicio esperado (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Virtualidad del servicio (Servicio de enseñanza virtual)</li> <li>- Capacidad de Respuesta (Respuesta pronta y eficaz)</li> <li>- Fiabilidad (Servicio prometido con formalidad y exactitud)</li> <li>- Seguridad (Competencia y cortesía del personal que infunde confianza)</li> <li>- Empatía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilidad, conocimiento, plataforma, capacitaciones, utilidad, calidad, disponibilidad, foros, interacción, evaluaciones.</li> <li>- Caja, matrícula, consulta, ayuda, queja, asertividad.</li> <li>- Programación, cursos, notas, sílabos, utilidad, competencias, evaluaciones.</li> <li>- Administrativo, docente, experiencia, planificación, metodología, didáctica, evaluación.</li> <li>- Trato, información, distribución, interés, lenguaje, comprensión, genuino, orientación.</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación</b> Aplicada</p> <p><b>Nivel de investigación</b> Correlacional</p> <p><b>Diseño de investigación</b> No experimental</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario de encuesta</p>	<p><b>muestra Población.</b></p> <p>La población estuvo constituida por 136 estudiantes del sexto al décimo ciclo de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020.</p>
<p><b><u>Variable II. Satisfacción de estudiantes</u></b></p> <p>La satisfacción del cliente o usuario puede ser definida como la satisfacción del consumidor que se convierte en una experiencia agradable, luego de probar un servicio o producto en</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Satisfacción con la virtualidad del servicio</li> <li>- Satisfacción con la capacidad de respuesta</li> <li>- Satisfacción con la fiabilidad</li> <li>- Satisfacción con seguridad</li> <li>- Satisfacción con la empatía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acceso, gestión, plataforma, interacción</li> <li>- Rapidez, disposición, asertividad</li> <li>- Desempeño, entrega. Entrega-tiempo, cumplimiento, utilidad, competencias</li> <li>- Administrativo, docente, metodología, planificación, evaluación.</li> <li>- Trato, horarios, interés, lenguaje, comprensión, orientación</li> </ul>		<p><b>Muestra.</b></p> <p>La muestra fue probabilística y aleatoria simple conformada por 101</p>

<p>particular; cada vez que el cliente necesite algo similar recordará la experiencia agradable que serán la base de la fidelización (Vavra, 2003).</p>				<p>estudiantes del sexto al décimo ciclo de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020.</p>
---	--	--	--	---



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



## Encuesta

Estimado estudiante, la presente encuesta es un instrumento que permite recolectar información para la tesis.

Su colaboración es muy importante y será una contribución para conocer la calidad de los servicios académicos y el nivel de satisfacción de los estudiantes respecto a los servicios que brinda la Universidad Nacional de San Martín.

Al frente de cada afirmación, tache con una X el número que señale el nivel (5, 4,3,2, 1) acorde con su opinión.

Género: M ( ) F ( )

Ciclo académico: VII ( ) VII ( ) IX ( ) X ( )

	<b>VARIABLE: CALIDAD DEL SERVICIO ACADÉMICO</b>	Excelente	Buena	Regular	Deficiente	Mal a
	<b>VIRTUALIDAD DEL SERVICIO</b>					
1	Las facilidades brindadas por la universidad para el acceso al internet son ...	1	2	3	4	5
2	El conocimiento del docente respecto al uso de las plataformas virtuales es ...	1	2	3	4	5
3	Las plataformas utilizadas en el proceso de enseñanza y aprendizaje son....	1	2	3	4	5
4	Las capacitaciones brindadas para el uso de las plataformas son ....	1	2	3	4	5
5	La utilidad de recursos virtuales que los docentes comparten es....	1	2	3	4	5
6	La calidad de los materiales empleados en sus cursos virtuales didácticos es ....	1	2	3	4	5
7	La disponibilidad de recursos didácticos almacenados en la plataforma virtual es ....	1	2	3	4	5
8	El manejo de los foros por parte de los docentes es ...	1	2	3	4	5
9	La interacción docente - alumno en las clases virtuales ...	1	2	3	4	5
10	Las evaluaciones o exámenes mediante las plataformas virtuales es	1	2	3	4	5
	<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	1	2	3	4	5
11	La rapidez de la atención en Caja y/o Tesorería es...	1	2	3	4	5
12	La rapidez en el proceso de matrícula es...	1	2	3	4	5

13	La rapidez en atenderme alguna consulta o pedido es...	1	2	3	4	5
14	La disposición del personal de ayudar con prontitud es...	1	2	3	4	5
15	La rapidez en atender una queja es...	1	2	3	4	5
16	El asertividad de las respuestas a mis consultas, pedidos o quejas es	1	2	3	4	5
	<b>FIABILIDAD</b>	1	2	3	4	5
17	El cumplimiento de la programación del docente por curso es...	1	2	3	4	5
18	El cumplimiento de las fechas programadas del desarrollo de los cursos es...	1	2	3	4	5
19	La entrega a tiempo de los sílabos de los cursos es...	1	2	3	4	5
20	La entrega a tiempo de las notas de los trabajos y exámenes es...	1	2	3	4	5
21	La explicación a tiempo del contenido del sílabo es...	1	2	3	4	5
22	El cumplimiento del desarrollo de lo programado en el sílabo es...	1	2	3	4	5
23	La utilidad para tu trabajo de lo aprendido en los cursos es...	1	2	3	4	5
24	El desarrollo de competencias profesionales de acuerdo a lo aprendido en los cursos es	1	2	3	4	5
25	El cumplimiento de las fechas programadas de las evaluaciones de los cursos es...	1	2	3	4	5
	<b>SEGURIDAD</b>	1	2	3	4	5
26	La amabilidad del personal de apoyo y administrativo es	1	2	3	4	5
27	La amabilidad del docente es...	1	2	3	4	5
28	La experiencia de los docentes es..	1	2	3	4	5
29	La planificación para el desarrollo de clases del docente es..	1	2	3	4	5
30	La metodología (teoría, práctica, resolución de casos reales) es..	1	2	3	4	5
31	La didáctica de los docentes es...	1	2	3	4	5
32	La evaluación del aprendizaje en los cursos es	1	2	3	4	5
	<b>EMPATÍA</b>	1	2	3	4	5
33	El trato personalizado fue...	1	2	3	4	5
34	La información que tenían de mi (nombre, fecha de nacimiento, otros) fue...	1	2	3	4	5
35	La distribución horarios de los cursos es	1	2	3	4	5
36	El interés del personal por escuchar con atención mi necesidad, fue...	1	2	3	4	5
37	El uso de lenguaje sencillo por parte del personal de atención fue...	1	2	3	4	5
38	La comprensión de mi necesidad real por parte de los empleados fue...	1	2	3	4	5
39	El interés genuino que mostraron por mí fue...	1	2	3	4	5

40	La orientación que me dieron fue...	1	2	3	4	5
	<b>VARIABLE: SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES</b>	1	2	3	4	5
	<b>VIRTUALIDAD DEL SERVICIO</b>	1	2	3	4	5
41	El nivel de satisfacción con el acceso al internet es ...	1	2	3	4	5
42	El nivel de satisfacción con las habilidades en la gestión de recursos virtuales del docente es...	1	2	3	4	5
43	El nivel de satisfacción con las plataformas virtuales gestionadas por la universidad es ...	1	2	3	4	5
44	El nivel de satisfacción con la interacción docente - alumno en el entorno virtual es ...	1	2	3	4	5
	<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	1	2	3	4	5
45	Nivel de satisfacción con la rapidez de la atención en las oficinas	1	2	3	4	5
46	Nivel de satisfacción con la disposición del personal de ayudar con prontitud	1	2	3	4	5
47	Nivel de satisfacción con el asertividad de las respuestas a mis consultas, pedidos o quejas es	1	2	3	4	5
	<b>FIABILIDAD</b>	1	2	3	4	5
48	Nivel de satisfacción con el desempeño docente en el desarrollo de los cursos	1	2	3	4	5
49	Nivel de satisfacción con la entrega de materiales y la explicación de los mismos.	1	2	3	4	5
50	Nivel de satisfacción con la entrega a tiempo de las notas de los trabajos y exámenes	1	2	3	4	5
51	Nivel de satisfacción con el cumplimiento de las fechas programadas de las evaluaciones y entrega de notas de los cursos	1	2	3	4	5
52	Nivel de satisfacción con la utilidad de los temas estudiados en clases	1	2	3	4	5
53	Nivel de satisfacción con el desarrollo de tus competencias profesionales de acuerdo a lo aprendido en los cursos	1	2	3	4	5
	<b>SEGURIDAD</b>	1	2	3	4	5
54	Nivel de satisfacción con la amabilidad del personal de apoyo y administrativo	1	2	3	4	5
55	Nivel de satisfacción con la amabilidad de docente	1	2	3	4	5
56	Nivel de satisfacción con la metodología de enseñanza y experiencia de los docentes.	1	2	3	4	5
57	Nivel de satisfacción con la planificación de las clases por parte del docente	1	2	3	4	5
58	Nivel de satisfacción con la evaluación del aprendizaje en los cursos	1	2	3	4	5
	<b>EMPATÍA</b>	1	2	3	4	5
59	Nivel de satisfacción con el trato personalizado que recibió	1	2	3	4	5

60	Nivel de satisfacción con los horarios de los cursos	1	2	3	4	5
61	Nivel de satisfacción con el interés del personal por escuchar con atención mis necesidades	1	2	3	4	5
62	Nivel de satisfacción con el uso de lenguaje sencillo por parte del personal de atención	1	2	3	4	5
63	Nivel de satisfacción con la comprensión de mi necesidad real por parte de los empleados	1	2	3	4	5
64	Nivel de satisfacción con la orientación que me dieron.	1	2	3	4	5

# Calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020

*por* Andres Arbildo García

---

**Fecha de entrega:** 09-nov-2023 12:33p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2191623357

**Nombre del archivo:** informe\_final\_de\_arbildo\_y\_aguilar\_07.11.2023\_parafraseado.docx (675.92K)

**Total de palabras:** 19140

**Total de caracteres:** 104527



## Calidad de los servicios académicos y la satisfacción de los estudiantes de Administración de la Universidad Nacional de San Martín - 2020

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.unsm.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>4%</b>
<b>2</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>4%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>4</b>	<b>tesis.unsm.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>apuntesuniversitarios.upeu.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>eprints.uanl.mx</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>