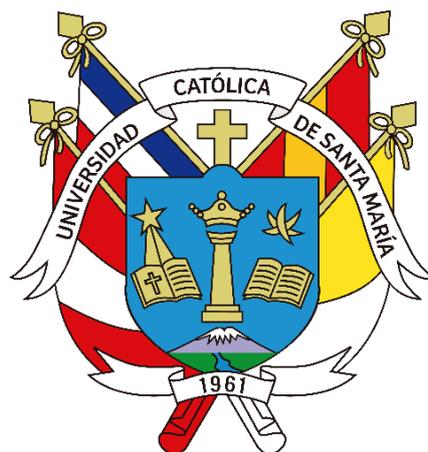


Universidad Católica de Santa María

Escuela de Postgrado

Maestría en Administración de Negocios



CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA Y SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA DE MINAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO (UNSAAC), CUSCO, 2021.

Tesis presentada por el Bachiller:

Contreras Ramos, Joseph Manuel

Para optar el Grado Académico de

Maestro en Administración de Negocios

Asesor:

Dr. Molina Rodríguez, Fredy Nicolás

Arequipa, Perú

2021

DICTAMEN APROBATORIO

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
ESCUELA DE POSTGRADO
DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR DE TESIS

Arequipa, 24 de Agosto del 2021

Dictamen: 004215-C-EPG-2021

Visto el borrador del expediente 004215, presentado por:

2014003071 - CONTRERAS RAMOS JOSEPH MANUEL

Titulado:

**CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA Y SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD
DE INGENIERÍA DE MINAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
(UNSAAC), CUSCO, 2021.**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

**1341 - TICSE VILLANUEVA EDWING JESUS
DICTAMINADOR**

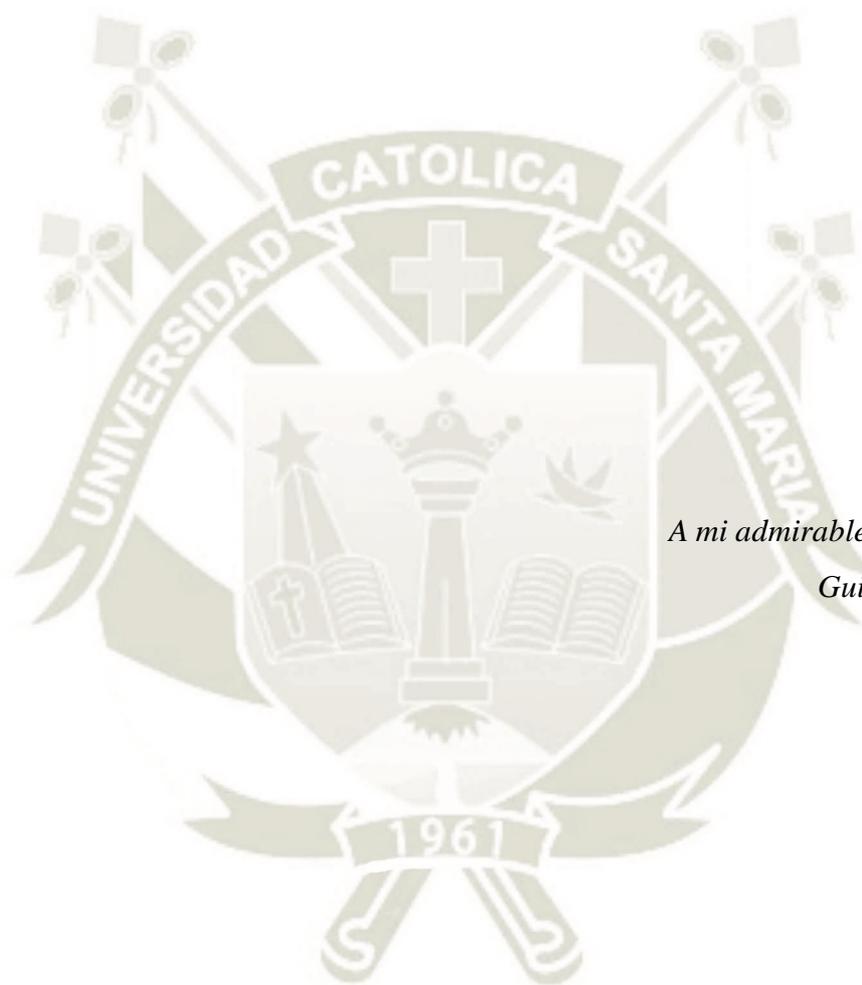


**1697 - VARGAS ESPINOZA LUIS
DICTAMINADOR**

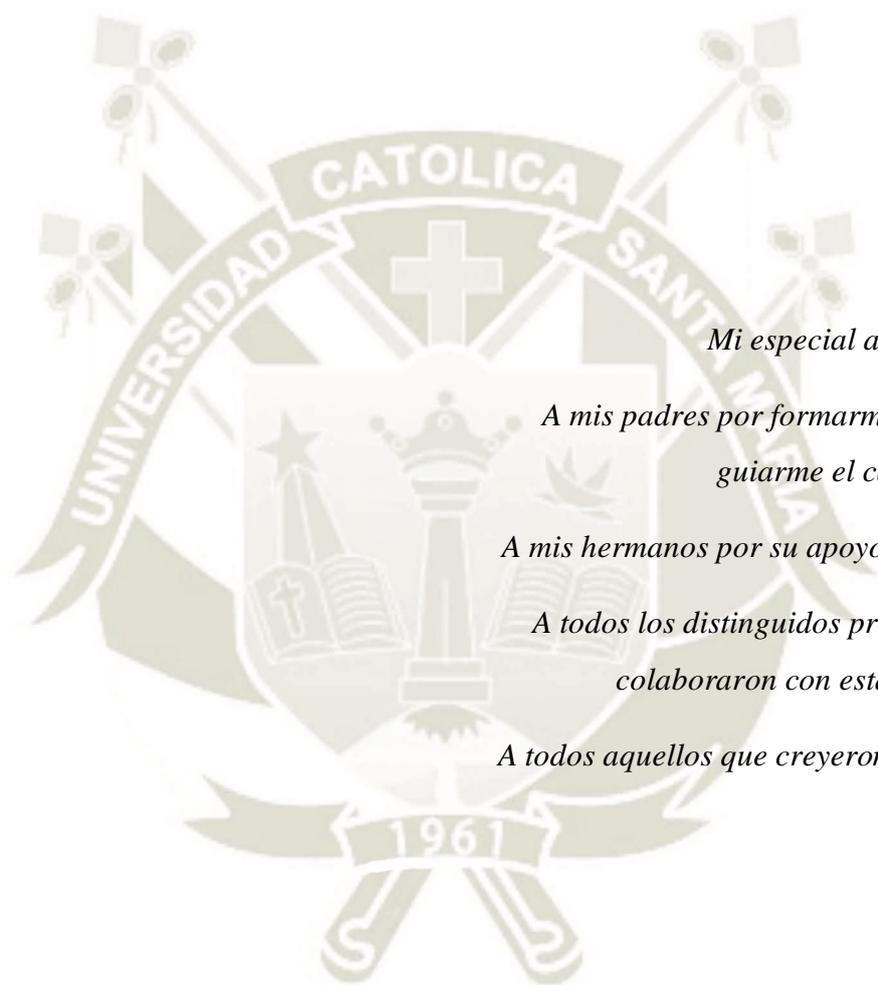


**5966 - APARICIO MALDONADO NAHUD FREDY
DICTAMINADOR**





*A mi admirable y amada madre
Guillermina Ramos.*



Mi especial agradecimiento:

*A mis padres por formarme con valores y
guiarme el camino a seguir.*

A mis hermanos por su apoyo incondicional.

*A todos los distinguidos profesionales que
colaboraron con esta investigación.*

A todos aquellos que creyeron y creen en mí.

ÍNDICE GENERAL

DICTAMEN APROBATORIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN 1

HIPÓTESIS 3

OBJETIVOS 4

 Objetivo General 4

 Objetivos Específicos 4

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO 5

 1.1. BASES TEÓRICAS 6

 1.1.1. Calidad 6

 1.1.2. Calidad de Servicio 9

 1.1.3 Satisfacción del Cliente 18

 1.2. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS 22

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	25
2.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	26
2.1.1. Enfoque de la Investigación	26
2.1.2. Campo de Estudio, Área de Estudio y Línea de Acción	26
2.1.3. Análisis de Variables	26
2.1.4. Operacionalización de Variables	27
2.1.5. Hipótesis.....	28
2.1.6. Interrogantes Básicas.....	29
2.1.7. Tipología de Investigación.....	30
2.1.8. Diseño de Investigación	30
2.2. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y MATERIALES DE VERIFICACIÓN	32
2.2.1. Técnicas.....	32
2.2.2. Instrumentos.....	33
2.3. CAMPOS DE VERIFICACIÓN	39
2.3.1. Ubicación espacial	39
2.3.2. Ubicación temporal.....	39
2.4. UNIDAD DE ESTUDIO	39
2.4.1. Población.....	39
2.5. ESTRATEGIAS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS	41
2.5.1. Organización	41
2.5.2. Recursos	41

2.6.	METODOLOGIAS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS	43
2.6.1.	Análisis de Fiabilidad	43
2.6.2.	Análisis Descriptivo.....	44
2.6.3.	Análisis Inferencial	44
2.7.	CRONOGRAMA DE TRABAJO DEL PROYECTO.....	46
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		47
3.1.	ANÁLISIS DE FIABILIDAD.....	48
3.1.1.	Análisis de fiabilidad, escala: Calidad Percibida	48
3.1.2.	Análisis de Fiabilidad, escala: Satisfacción del Estudiante.....	48
3.2.	ANÁLISIS DESCRIPTIVO	49
3.2.1.	Tabulación de Frecuencias: Variable. Calidad de Servicio percibida.	49
3.2.2.	Tabulación de Frecuencias: Variable. Satisfacción del Estudiante.	60
3.2.3.	Contingencia cruzada: Calidad de Servicio y Satisfacción del Estudiante	67
3.2.4.	Contingencia cruzada: Elementos Tangibles y Satisfacción del Estudiante	68
3.2.5.	Contingencia cruzada: Fiabilidad y Satisfacción del Estudiante	69
3.2.6.	Contingencia cruzada: Capacidad de Respuesta y Satisfacción del Estudiante	70
3.2.7.	Contingencia cruzada: Seguridad y Satisfacción del Estudiante	71
3.2.7.	Contingencia cruzada: Empatía y Satisfacción del Estudiante	72
3.3.	ANÁLISIS DE INFERENCIA	73
3.3.1.	Prueba de Distribución Normal	73
3.3.2.	Análisis de Correlación o Co-variabilidad (Spearman).....	74

3.4. PUNTUACIÓN DEL INSTRUMENTO	81
Puntuación Instrumento de Calidad de servicio	81
Puntuación Instrumento de Satisfacción del Estudiante	82
3.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	83
CONCLUSIONES	87
RECOMENDACIONES	89
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91
ANEXOS	94
ANEXO I: MATRIZ DE CONSISTENCIA	95
ANEXO II: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR PROFESIONALES	97
ANEXO III: MATRÍZ BASE DE DATOS	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla (1). Operacionalización de Variables.....	27
Tabla (2). Población estratificada por año académico.....	39
Tabla (3). Presupuesto para realizar la investigación	42
Tabla (4). Coeficiente Alpha de Cronbach en relación al nivel de confiabilidad.....	43
Tabla (5). Cronograma de trabajo.....	46
Tabla 1. Análisis de fiabilidad, escala: Calidad de Servicio Percibida.....	48
Tabla 2. Análisis de Fiabilidad, escala: Satisfacción del Estudiante.....	48
Tabla 3. Tabulación de Frecuencias: V. Calidad de Servicio percibida.....	49
Tabla 4. Tabulación de Frecuencias: Elementos-Tangibles.....	50
Tabla 5. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Elementos-Tangibles	51
Tabla 6. Tabulación de Frecuencias: Fiabilidad	52
Tabla 7. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Fiabilidad	53
Tabla 8. Tabulación de Frecuencias: Capacidad de Respuesta.....	54
Tabla 9. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Capacidad de Respuesta	55
Tabla 10. Tabulación de Frecuencias: Seguridad	56
Tabla 11. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Seguridad	57
Tabla 12. Tabulación de Frecuencias: Empatía	58
Tabla 13. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Empatía	59
Tabla 14. Tabulación de Frecuencias: V. Satisfacción del Estudiante.....	60
Tabla 15. Tabulación de Frecuencias: Valor Percibido	61
Tabla 16. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Valor Percibido.....	62
Tabla 17. Tabulación de Frecuencias: Expectativas.....	63
Tabla 18. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Expectativas.....	64
Tabla 19. Tabulación de Frecuencias: Conformidad.....	65

Tabla 20. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Conformidad	66
Tabla 21. Contingencia cruzada: Calidad de Servicio y Satisfacción del Estudiante	67
Tabla 22. Contingencia cruzada: Elementos Tangibles y Satisfacción del Estudiante	68
Tabla 23. Contingencia cruzada: Fiabilidad y Satisfacción del Estudiante	69
Tabla 24. Contingencia cruzada: Capacidad de Respuesta y Satisfacción del Estudiante.....	70
Tabla 25. Contingencia cruzada: Seguridad y Satisfacción del Estudiante	71
Tabla 26. Contingencia cruzada: Empatía y Satisfacción del Estudiante	72
Tabla 27. Prueba de normalidad: Calidad percibida y Satisfacción del Estudiante	73
Tabla 28. Escala del coeficiente de correlación Rho de Spearman (ρ)	74
Tabla 29. Matriz de Correlación Spearman (ρ): Calidad percibida y Satisfacción	75
Tabla 30. Matriz de Correlación Spearman (ρ): Elementos-Tangibles y Satisfacción.....	76
Tabla 31. Matriz de Correlación Spearman (ρ): Fiabilidad y Satisfacción.....	77
Tabla 32. Matriz de Correlación Spearman (ρ): Capacidad de Respuesta y Satisfacción.....	78
Tabla 33. Matriz de Correlación Spearman (ρ): Seguridad y Satisfacción.....	79
Tabla 34. Matriz de Correlación Spearman (ρ): Empatía y Satisfacción.....	80
Tabla 35. Puntuación: Instrumento de Calidad percibida	81
Tabla 36. Puntuación: Instrumento de Satisfacción	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Dimensiones Serv-Qual.....	16
Figura 2. Diseño de Investigación	31
Figura 3. Niveles de percepción de Calidad de Servicio.....	49
Figura 4. Niveles de percepción de Elementos Tangibles	50
Figura 5. Niveles de percepción de subindicadores de Elementos Tangibles	51
Figura 6. Niveles de percepción de Fiabilidad.....	52
Figura 7. Niveles de percepción de subindicadores de Fiabilidad.....	53
Figura 8. Niveles de percepción de Capacidad de Respuesta	54
Figura 9. Niveles de percepción de los subindicadores de Capacidad de Respuesta	55
Figura 10. Niveles de percepción de Seguridad	56
Figura 11. Niveles de percepción de los subindicadores de Seguridad.....	57
Figura 12. Niveles de percepción de Empatía	58
Figura 13. Niveles de percepción de los subindicadores de Empatía.....	59
Figura 14. Niveles de Satisfacción del Estudiante.....	60
Figura 15. Niveles de percepción de Valor Percibido.....	61
Figura 16. Niveles de percepción de los subindicadores de Valor Percibido	62
Figura 17. Niveles de percepción de Expectativas	63
Figura 18. Niveles de percepción de los subindicadores de Expectativas	64
Figura 19. Niveles de percepción de Conformidad	65
Figura 20. Niveles de percepción de los subindicadores de Conformidad	66
Figura 21. Contingencia cruzada: Calidad de Servicio y Satisfacción del Estudiante	67
Figura 22. Contingencia cruzada: Elementos Tangibles y Satisfacción del Estudiante.....	68
Figura 23. Contingencia cruzada: Fiabilidad y Satisfacción del Estudiante.....	69
Figura 24. Contingencia cruzada: Capacidad de Respuesta y Satisfacción del Estudiante	70
Figura 25. Contingencia cruzada: Seguridad y Satisfacción del Estudiante	71
Figura 26. Contingencia cruzada: Empatía y Satisfacción del Estudiante.....	72

RESUMEN

Esta investigación desarrollada tiene como objetivo precisar cómo se relacionan la Calidad del Servicio Percibida y Satisfacción de los Estudiantes de la Facultad de Ingeniería de Minas de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC) (FIM - UNSAAC), Cusco, 2021.

La metodología aplicada al estudio fue del tipo básica, mientras que el diseño aplicado es de tipología no-experimental – transversal - correlacional. La constitución de la población la integran 592 estudiantes (62 mujeres y 530 hombres), tomando un tamaño muestral conformado por 168 estudiantes.

El proceso aplicado para recolectar y elaborar la base de datos se basó en la utilización de la técnica aplicación de encuestas, mediante 2 cuestionarios: Calidad del Servicio adaptado del modelo (Serv-Perf) y la Encuesta de Satisfacción del Estudiante adaptado del modelo de Kotler (Satisfacción del Cliente).

Las conclusiones registradas están basadas por los resultados que los cálculos estadísticos realizados afirman la existencia de relación significativa en función a la Calidad percibida y Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Habiendo obtenido un grado de correlación (ρ) alto o positivo considerable (0.776) y un nivel de Significancia 0.

Palabras Clave: Calidad percibida, Satisfacción del estudiante.

ABSTRACT

This research carried out aims to specify how the Perceived Service Quality and Satisfaction of the Students of the Faculty of Mining Engineering of the National University San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC) (FIM - UNSAAC), Cusco, 2021 are related.

The methodology applied to the study was of the basic type, while the applied design is of a non-experimental - transversal - correlational typology. About the constitution of the population is made up of 592 students (62 women and 530 men), taking a sample size made up of 168 students.

The process applied to collect and elaborate the database was based on the use of the survey application technique, through 2 questionnaires: Service Quality adapted from the model (Serv-Perf) and the Student Satisfaction Survey adapted from the Kotler model. (Customer satisfaction).

The conclusions registered are based on the results that the statistical calculations carried out affirm the existence of a significant relationship based on the perceived Quality and Satisfaction of the Students of the FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Having obtained a high degree of correlation (ρ) or considerable positive (0.776) and a Significance level 0.

Key Words: Perceived service quality, Student satisfaction.

INTRODUCCIÓN

La calidad del servicio es un aspecto de gran relevancia en la Facultad de Ingeniería de Minas de la Universidad Nacional San Antonio Abad Del Cusco que influye en el proceso de formación de profesionales, esto implica también que el nivel de servicio refleja o representa un factor de ventaja competitiva en el sector.

Debido al estado de país en desarrollo y el requerimiento de profesionales de calidad que puedan contribuir positivamente con la sociedad, es que se plantea una reflexión sobre la aplicación de medidas excepcionales enfocadas en la calidad de servicio, así como la mantener la misión de continuar satisfactoriamente con la formación de profesionales.

La búsqueda de la integridad del servicio, implica tener en cuenta la evaluación y análisis de resultados como herramientas de medición, que permitan encaminar la gestión Institucional para el desarrollo y mejora de servicios idóneos que puedan adaptarse a los requerimientos fundamentales de los estudiantes en la realidad actual.

En el estudio de Investigación: Aprendizaje y Servicios: “Estudios del Grado de Satisfacción de Estudiantes Universitarios”, realizado por Luna Puig Folguerias y en el artículo sobre “Educación Virtual en Tiempos de Pandemia”, publicado por Tomás Atarama en la Plataforma digital de la Universidad de Piura, propician el interés de investigar sobre la Calidad del Servicio Percibido y Satisfacción de los Estudiantes de la FIM – UNSAAC, Cusco 2021.

Naturalmente se exigen mayores facilidades en los diferentes aspectos del servicio universitario, más allá de lo que implica la preparación académica, como instalaciones, servicios administrativos, servicios de soporte individualizados que inspiren confianza y seguridad.

Siendo estas características importantes en la satisfacción de las expectativas de los estudiantes y, en consecuencia, favorecen a poder potenciar la competitividad de la UNSAAC.

Es por esto, que para el presente proyecto se considera conveniente evaluar las características más relevantes, que puedan servir como pilares o referentes positivos y aspectos adicionales que requieren cambios progresivos, con la motivación de fortalecer la calidad de servicio dentro de la FIM - UNSAAC.

Esta investigación se presenta estructurada con 3 capítulos mencionados a continuación:

El Capítulo Primero trata sobre los fundamentos teóricos, que introduce las bases de la investigación, bases teóricas y el marco de conceptual en relación a las variables, dimensiones e indicadores.

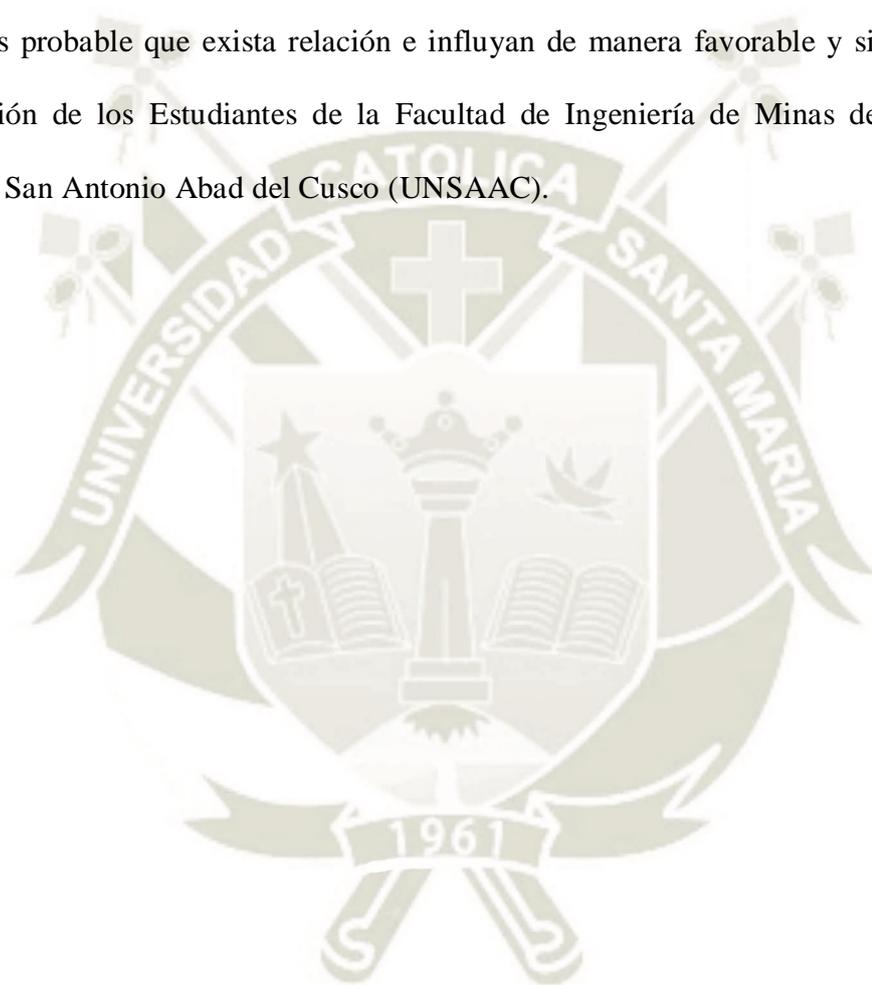
El Capítulo Segundo aborda lo referente a la Metodología, donde se plantea y describe el problema de investigación, además de las técnicas, herramientas, unidades de investigación y otros procesos utilizados en la investigación.

El Capítulo Tercero contiene la presentación de los resultados obtenidos y análisis en relación al estudio en cuestión, interpretando los datos más significativos, además se detallan las conclusiones y recomendaciones realizadas en base a estos resultados.

HIPÓTESIS

Dado que la Calidad de servicio percibida está conformada por elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, siendo factores importantes y estratégicos en la formación profesional de los Estudiantes de la Facultad de Ingeniería de Minas de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC)

Es probable que exista relación e influyan de manera favorable y significativa en la Satisfacción de los Estudiantes de la Facultad de Ingeniería de Minas de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC).



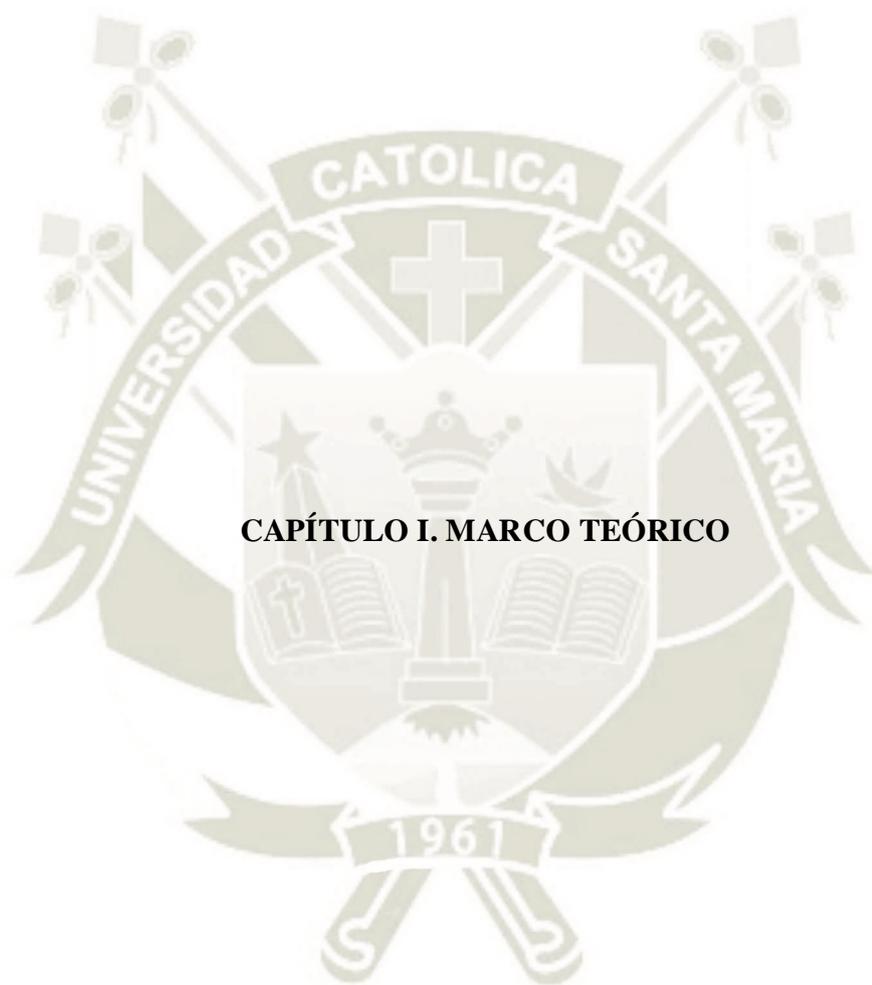
OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar la relación existente en función de la Calidad del servicio percibida y la Satisfacción de los Estudiantes de la Facultad de Ingeniería de Minas de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC), Cusco, 2021.

Objetivos Específicos

- Establecer la relación existente en función de elementos tangibles y satisfacción de los Estudiantes de la Facultad de Ingeniería de Minas de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC), Cusco, 2021.
- Definir la relación existente en función de la fiabilidad y la satisfacción de los Estudiantes de la Facultad de Ingeniería de Minas de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC), Cusco, 2021.
- Establecer la relación existente en función de la capacidad de respuesta y la satisfacción de los Estudiantes de la Facultad de Ingeniería de Minas de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC), Cusco, 2021.
- Definir la relación existente en función de la seguridad y la satisfacción de los Estudiantes de la Facultad de Ingeniería de Minas de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC), Cusco, 2021.
- Establecer la relación existente en función de la empatía y la satisfacción de los Estudiantes de la Facultad de Ingeniería de Minas de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC), Cusco, 2021.



CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1. BASES TEÓRICAS

1.1.1. *Calidad*

Existe una gran cantidad de definiciones sobre “Calidad”. La RAE presenta una definición sobre calidad expresando que es una propiedad o diferentes propiedades agrupadas que son inherentes a algo o alguien, además menciona como de la misma forma atribuyen una forma de apreciar y hacer una comparación entre todos los elementos de la especie considerando si es peor, igual o mejor que estos.

Crosby presenta una definición sobre calidad expresando que dependen estrictamente de si se cumplen o no las especificaciones que han sido planteadas por el proveedor del servicio.

Las definiciones mencionadas han sido superadas en los diferentes sectores organizacionales, ya que cuando hablamos de gestión de calidad implica mucho más que las características propias de servicio o producto, es decir, nos referimos a la manera de administrar el servicio y la forma cómo se ofrece.

Calidad no es algo que este ajeno al cliente,

No se puede considerar la calidad como una característica externa al cliente, ya que el cliente está comprometido y se generan emociones o sentimientos al tomar un servicio, dentro de un ambiente donde existe interrelación con proveedores y mercado.

- La calidad está constituida por diferentes tipos de características que pueden satisfacer los requerimientos de los consumidores o clientes (Juran, 1993),

- La calidad se alcanza cuando el proveedor del servicio excede a los requerimientos previstos del cliente o inclusive supera sus expectativas durante el periodo que el servicio o producto es entregado (Deming, 1986).

- La Calidad es el posicionamiento que se logra mediante el liderazgo de una marca o entidad, reflejada en los resultados, desde cuando el servicio es prestado por primera instancia y el performance del proveedor del servicio es óptimo, consiguiendo el cumplimiento de los requerimientos del cliente (Westinghouse,1998).

- La calidad se logra cuando el proveedor del servicio logra satisfacer todas las demandas fundamentales para sus clientes (Espeso y Harvey,1994).

Los conceptos revisados respecto a la calidad se transforman y se encuentran evolucionando desde que se considera un nuevo concepto denominado como Calidad Objetiva, este término hace referencia a la idoneidad de los estándares empresariales y organizacionales, hasta la Calidad Subjetiva, este término hace referencia al concepto sobre el servicio o producto que se forma para el cliente. La continua búsqueda de determinar la calidad es, en conclusión, también la búsqueda de determinar la satisfacción del cliente (SetóPamies, 2004).

Si se coloca al cliente como el centro que define el nivel de calidad, provoca automáticamente que solo la “calidad del producto” sea el único factor suficiente que asegura la “satisfacción del cliente”, que es influida por otros factores o variables que intervienen debido a esto es que las instituciones u organizaciones definen el concepto de “producto” de forma diferenciada.

Debido a este motivo se referencia que el término “calidad de servicio”, cuando sucede la interrelación entre cliente y proveedor, no depende exclusivamente de la prestación del servicio, sino que además pueden incluir aspectos no tangibles que complementan esta prestación.

Es por esto que la calidad del servicio representa una característica que se podría percibir por los clientes, y no así el grado de calidad para un servicio o bien que se

adquiere, la cual puede ser controlada por la institución u organización siguiendo otras metodologías.

Un servicio puede presentar características únicas que lo hacen diferente de un producto, entre las cuales sobresalen:

- **Intangibilidad:** Esta característica hace referencia a la negación de los sentidos por parte de los clientes, así tenemos que no pueden ver directamente el servicio, no puede ser probado, no puede ser sentido, no puede ser escuchado, no puede ser gustado, sin antes experimentar el servicio, lo cual implica requerirlo (Kotler y Bloom,1989).
- **Complejidad:** Pueden existir diferentes cualidades, las cuales pudieran impactar en el servicio y su nivel de calidad.
- **No Almacenabilidad:** Mientras se realiza la prestación del servicio, se extingue.
- **Heterogeneidad:** Se realiza la prestación de servicios diferenciados en mercados diferentes, así también actividades diferentes.
- **Otras,** como Estacionalidad, Inseparabilidad o Caducidad.

Para que el cliente pueda formular o evaluar el servicio recibido, es necesario considerar la opinión, juicio o percepción del cliente; por ende, si una institución u organización requiere potenciar la "calidad del servicio" debe obligatoriamente conocer percepciones de los clientes, y no considerar solo una propia opinión.

Es así como se refiere al concepto de "Calidad Percibida", donde la calidad del servicio a través de la percepción del propio cliente toma una valoración.

1.1.2. Calidad de Servicio

Calidad de servicio tiene su definición configurada con cualidades o características que lo estructuran y le dan una valoración. La calidad referida a un producto puede ser medible de forma sencilla, contrariamente en la calidad del servicio, en vista de sus características únicas ya mencionadas como Intangibilidad, Complejidad, No Almacenabilidad, Heterogeneidad, entre otras.

Existen distintas definiciones para en torno a este tema, mencionados a continuación:

- Calidad del servicio es la puntuación que los consumidores le otorgan a un servicio, considerando un nivel excelente o de preeminencia en el servicio (Zeithaml, 1988).
- Otra definición refiere que es el margen de diferenciación existente que es calculado mediante dos posiciones: esperanza o anhelo de los clientes respecto del servicio brindado y cómo es que se ha percibido en si el servicio (Zeithaml, Parasuraman, Berry, 1993).
- Otra definición refiere que es la examinación de dos características para establecer sus relaciones, estas características se basan en lo que el cliente tiene proyectado que recibirá, es decir su expectativa y lo que en realidad se le hace entrega o la percepción que tiene de lo que se le ha entregado, es decir, el performance o el resultante percibido acerca del servicio (Setó Pamies, 2004).

La definición de servicio es planteada por varios autores; para Fisher y Navarro (1994, pág. 185) es una variante de un bien comercial en el mercado, que conforma lo que llama una tercera posición en el sector, refiriendo que todo lo que este sector

desarrolla y como consecuencia no se obtiene algún bien, por defecto llegamos a la conclusión que desarrolla un servicio.

La definición de servicio que propone Colunga (1995, p. 25) es que un servicio consiste en la producción que es realizada por un grupo de individuos para otro grupo específico de individuos; mientras que Kotler (1997, p. 656) indica que un servicio consiste de diferentes tipos de sectores que conforman el mercado y ofrecen algún provecho hacia otro sector, caracterizándose por la no tangibilidad y que la no existencia de pertenencia de ningún objeto material. Además, la productividad de este servicio tiene la posibilidad de enfocarse en un bien físico o no.

En líneas generales, el servicio podría comprender todos los elementos que intervienen en la realización que genere la satisfacción del cliente.

Por otro lado, existen autores que identifican una división referente a la calidad, mencionando la calidad con enfoque objetivo y calidad con enfoque subjetivo. Vásquez et al. (1996) menciona que la calidad con enfoque objetivo comprende una vista interior de calidad enfocada netamente en productividad y eficiencia. La calidad con enfoque subjetivo comprende una visión exterior obtenida mediante determinar y cumplir los requerimientos, anhelos y expectativas de los clientes.

La calidad referida a los servicios se ve condicionada a la percepción de calidad, (calidad subjetiva), y hace referencia a la puntuación que los consumidores le otorgan a un servicio, considerando un nivel excelente o de preeminencia en el servicio (Zeithaml, 1988, pág. 3).

Respecto a un enfoque dentro del servicio se referiría a una valoración o disposición en relación a la mejora continua del servicio. La propia intangibilidad del servicio influye en que éste sea percibido de forma subjetiva. La percepción es la

característica que más se acerca hacia como se realiza el análisis, en la medida en que no intervengan características objetivas.

Haciendo una síntesis de los conceptos revisados se podría mencionar respecto a calidad percibida es considerada uno de los mejores caminos para determinar y analizar la calidad del servicio.

Según diversos autores entre ellos llegan a referir que la terminología respecto la calidad resulta siendo inconcreto, además que es muy dificultoso proponer una conceptualización y cuantificación.

La característica de no tangibilidad puede representar para los proveedores de servicios una tarea muy dificultosa el tratar de entender como sus clientes logran percibir y valorizar su servicio brindado, y en consecuencia también como es que perciben su calidad (Zeithaml, 1981).

Existen además varias definiciones para Calidad del Servicio:

- Las expectativas del cliente en relación a los ajustes que se realizan al servicio prestado. Es la cuantificación de la relación positiva existente en función de calidad del servicio brindado y si se ajusta en buena manera a lo que los consumidores esperan del servicio. (Lewis y Booms, 1983).
- El resultado de lo que se espera del servicio se con la percepción de este. La percepción de calidad resulta de la conjunción de la ‘calidad técnica’, magnitud del “qué” o de la finalidad resultante, es decir, lo que realmente recibe el cliente; y de la otra calidad: ‘calidad funcional’, magnitud sobre el “cómo” que guarda vinculación relacionada con la sucesión del etapas en las que se presta el servicio, además la identidad de la organización influye en las expectativas que los consumidores construyen acerca de lo que realmente anhelan del servicio (Grönroos, 1988, 1994).

- Las valoraciones respecto a la satisfacción resultan a partir del margen diferencial de la percepción del cliente en relación a lo que espera y como percibe la situación resultante (Oliver & Rust, 1994).

En búsqueda de lograr calcular la calidad del servicio, se determinan dimensiones que sirven como factores importantes para realizar análisis comparativos, estas dimensiones son usadas por individuos con la finalidad de analizar diversos elementos (bou, 1997, p. 251).

Tomando en cuenta dichas dimensiones abstractas, el usuario evalúa y otorga un juicio integral sobre calidad, la finalidad es conseguir que la construcción sea más clara, menos alusiva y de fácil determinación. Siendo considerado por conceptos de mercadotecnia que la calidad del servicio es una construcción de múltiples dimensiones.

Se sugiere plantear a la calidad de servicio como una examinación acerca del performance (considerando solamente como los clientes externos logran percibir el servicio), sin la necesidad de realizar la diferenciación en relación de las expectativas del cliente y el performance; además se plantea que el método utilizado para el cálculo de performance (diferencia entre percepción-expectación) no es del todo apropiado en base a lo que los resultados estudiados (Cronin y Taylor 1994, p. 125).

1.1.2.1 Dimensionalidad de Calidad del Servicio.

Se plantean 5 clases dimensionales, mencionadas a continuación:

Elementos-Tangibles. Los tangibles son elementos que pueden ser percibidos al tacto o reconocidos visiblemente como existentes. Las instalaciones, los clientes internos y externos, la tecnología de la información y la comunicación (TIC), los instrumentos o implementos, entre otros conforman la dimensión de Tangibilidad de la Calidad del Servicio. Además, estos elementos de tangibilidad son aplicados en distintas formas por el proveedor del servicio y son experimentados y percibidos en grados distintos por el cliente. Los elementos de tangibilidad son notables en la institución que presta el servicio, ya que son factores críticos que influyen en que la experiencia sea gratificante gracias a ellos.

Fiabilidad. Proceso mediante el cual la institución proveedora respeta y se mantiene constante en prestar íntegramente el servicio al cliente, además asegura la capacidad para brindar de forma constante un servicio con manteniendo la su calidad. La fiabilidad influye en la confianza y en el impacto experimentado por el cliente respecto del servicio. La dimensión de confiabilidad es importante y se percibe mediante la forma como las personas que prestan el servicio consideran la propia calidad del servicio.

Capacidad de respuesta. El procedimiento mediante el cual un proveedor de servicios cuenta con la predisposición y reacción eficiente para resolver positivamente los problemas que puedan presentar los clientes dentro de un período de tiempo específico se denomina capacidad de respuesta. Este aspecto se aprecia como la característica ‘humana’ de la calidad del servicio.

No obstante, los cambios constantes en torno al área de sistemas y tecnologías de información y nuevas aplicaciones de mensajería, entornos web, medios sociales y como esta comunicación del servicio es presentada a los clientes influye positivamente en el tiempo de respuesta de las organizaciones que brindan servicios. (Kenneth & Douglas, 1993, pág. 285)

Seguridad. El conocimiento y la amabilidad de los clientes internos y las cualidades y aptitudes que generan seguridad y confianza en las personas. El proceso mediante el cual se adquieren los conocimientos que ejerce el personal al ofrecer el servicio puede denotar seguridad para el cliente. Esto genera también la confianza en los clientes de que el profesional encargado de una actividad en la prestación del servicio realizara su labor de forma profesional y ética.

El cliente tiene la experiencia y capacidad necesaria que le permite diferenciar la calidad del servicio y apreciar los valores que muestran las personas, para lo cual puede influir una comunicación asertiva, honestidad e integridad en la atención prestada, para considerar la valoración recibida. La dimensión de seguridad es importante y se percibe mediante el aspecto personal.

Empatía. La preocupación respecto a la atención especializada que es prestada por las instituciones hacia sus clientes. La empatía se considera como una aptitud de las instituciones presentan en el momento en que se atienden los problemas, dudas y requerimientos de los clientes, y darles una solución eficaz. Además, como la institución asume la responsabilidad de enfrentar y dar soporte a los inconvenientes que pudiera presentar un cliente o grupo de clientes.

1.1.2.2. Escalas de Cálculo de la Calidad del Servicio

Existen 2 instrumentos reconocidos, especialmente diseñados para realizar el cálculo de Calidad de Servicio (Cronin & Taylor, 1994, pág. 126). Siendo dentro de estudios de investigación académica las más utilizadas para este fin.

Serv-Qual – (Service Quality). La escala Serv-Qual consta de varios elementos o ítems utilizado con la finalidad de medir la manera en el los clientes logran percibir la calidad del servicio.

Esta herramienta está conformada por 22 elementos o frases enfocadas en calcular la expectativa de los clientes, además también lo conforman otros 22 elementos o frases con mucha similitud enfocadas en calcular las expectativas de los cliente y 22 elementos o frases con mucha similitud enfocadas en calcular las percepciones del cliente. Entonces para obtener el cálculo respecto a calidad del servicio se debe efectuar una diferencia de resultados obtenidos para las expectativas y percepciones (Parasuraman et al., 1985; 1988; 1991).

La expectativa o expectativas pueden ser identificadas según el modo como el cliente anhela o desea obtener el servicio (Parasuraman et al., 1988), también se podría considerar como los clientes idealizan el servicio. Por otro lado, la calidad percibida demuestra cuales son las valoraciones de los clientes en un escenario o instante único (Cronin y Taylor, 1994); también se pueden incluir los reconocimientos del cliente acerca del servicio; las formas como el cliente asimila el servicio a lo largo del ‘situaciones verdaderas’, que

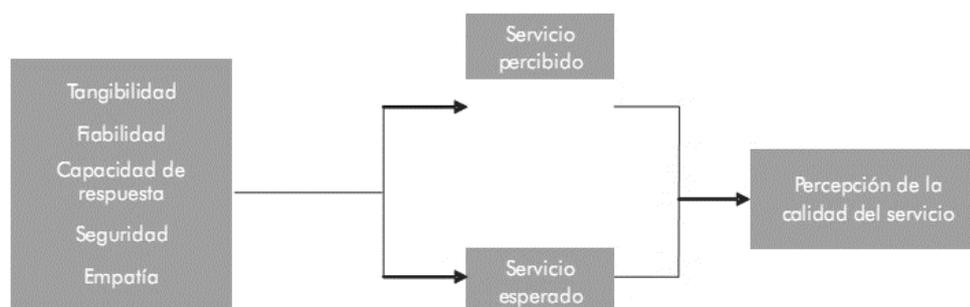
paralelamente, las ‘situaciones verdaderas’ se producen mediante la interacción de algún colaborador o sistema con el cliente. (Albrecht, 1992).

Este instrumento nace en base a una definición de calidad de servicio deficiente y en búsqueda de implementar un nuevo modelo basado en conceptos estructurados, conocido como modelo de brechas o gaps. Este instrumento se aplicó en reuniones con grupos segmentados por clientes y en entrevistas más detalladas para grupos de directivos y gerencias empresariales.

Los grupos focales revelan que se encuentran criterios parecidos que los consumidores utilizan para dar forma a la expectativa y percepción de calidad de servicio, que se enumeran como las diez dimensiones que componen la calidad de servicio, además constanding de 97 ítems. Luego comenzará la depurificación estadística, que reduce a siete dimensiones y 34 ítems, se aplican más pruebas basadas en la recopilación de nuevos datos entre los siguientes cuatro grupos: Finanzas, mantenimiento y reparación y telecomunicaciones, el método estadístico aplicado favorece para reducir a cinco dimensiones y 22 ítems.

Figura 1

Dimensiones Serv-Qual



Fuente: (Zeithaml y Parasuraman, 2004, pág. 16)

A partir del estudio realizado por Parasuraman et al. (1985), respecto a la metodología que define el concepto de calidad de servicio y brechas o gaps (se evidencian elementos no tomados en cuenta al momento de pasar a identificar, diseñar y prestar propiamente el servicio), debido a esto surge la idea de un replanteo y un motivo para estructurar un instrumento estandarizado que contenga la funcionalidad para calcular eficientemente lo que el cliente podría percibir relacionado con calidad de servicio. Se aproxima así el inicio de la creación del instrumento Serv-Qual, teniendo como característica la funcionalidad lograr una medición de calidad. Sobre su aplicación, se considera que la estructura de esta herramienta es adecuada y permite su aplicación en un extenso campo de servicios y tiene como funcionalidad primordial el entender de manera conveniente las expectativas y percepciones fundamentadas y mediante ese entendimiento, potenciar la calidad de servicio. (1988, p. 30).

Serv-Perf (Service Performance). El modelo planteado por Cronin y Taylor (1992) antecede al modelo Serv-Qual, indicando algunas deficiencias como que la diferente entre el performance y las expectativas presenta inexactitudes en referencia para el cálculo y medida del servicio; por otra parte, se plantea que los conceptos de mercadotecnia también se enfocan en demostrar que la fuente para realizar una medida de calidad de servicio debería estar basado principalmente en el performance o desempeño. (Cronin y Taylor, 1994, p. 125).

El modelo Serv-Perf es considerado como una opción adicional al modelo Serv-Qual.

El modelo Serv-Perf hace uso de 22 elementos o ítems del modelo antecesor Serv-Qual, pero que a diferencia de Serv-Qual, solo valora la calificación respecto a calidad del servicio percibida, entonces el modelo considera que únicamente la percepción es la característica que definirá como evaluar de la calidad del servicio.

1.1.3 Satisfacción del Cliente

Para definir la satisfacción del cliente, considerado como resultado la interacción de proveedor y cliente, Castillo propone que se puede plantear como la aceptación o acuerdo mostrado por parte del cliente respecto de sus expectativas generadas en función a la forma en que es atendido, considerando los diversos sectores de calidad compuesto por cinco dimensiones (Castillo, 2011).

Por otro lado, Kotler & Armstrong plantean que el escenario donde un cliente se encuentra satisfecho guarda una dependencia de como perciben el performance del bien o servicio, en función a lo que el cliente espera. En el caso de que el performance sea deficiente y no cumpla con estas expectativas, los clientes mostraran un nivel de satisfacción bajo o insatisfechos, dicho esto, en el momento que el performance del bien o servicio sobrepase las expectativas, generara un escenario donde el cliente se encuentre satisfecho (Kotler P., Armstrong G., 2015).

La satisfacción del cliente también es definida como una valoración subjetiva al experimentar la forma como es atendido cuando requiere un servicio. (MINSa, 2011, pág. 12).

Poll y Boekhorst indican que es la medición por medio de la cual se quiere dar una valoración considerando su eficacia, es decir, si en realidad el proveedor del

servicio tiene la capacidad de asegurar el cumplimiento de sus funciones (considerando la perspectiva del cliente) (Rey, 2000, pág. 140).

Según Pereiro, plantea que el escenario donde un cliente se encuentra satisfecho, es un autoanálisis que se realiza el cliente considerando cuales han sido sus requerimientos y el nivel en que estos han sido abordados. Se considera además que la satisfacción comprende una situación que atravesamos basado en nuestra psicología, en consecuencia, no es algo objetivo y en el caso de lograr la satisfacción, esto provocaría una fidelización en respuesta. El significado de satisfacción del cliente que representa para la organización, es análogo al significado de felicidad que representa para cualquier individuo (Pereiro, 2008).

Es por esto la necesidad de calcular el grado de satisfacción del cliente, que claramente implica una relación con en función a la calidad de servicio, considerando que primero se define la calidad del servicio y posteriormente será medida en función de la satisfacción de los clientes.

1.1.3.1. Dimensiones de satisfacción de los clientes

Valor percibido. El valor percibido es planteado como el performance que el cliente ha ido percibiendo en el momento de obtener un bien o servicio, es decir, es una puntuación o valoración tácita que se genera en el cliente después de plantear sus requerimientos, siendo consideradas algunas cualidades como la posibilidad de acceso al servicio, la diferenciación, exclusividad y especialización, respecto a otros proveedores que ofrecen el mismo servicio (Alarcón, 2017, pág. 23).

Expectativas. Las expectativas son consideradas como las ilusiones generadas por los clientes respecto a obtener un bien o servicio, y que una vez obtenidos cubrirán sus necesidades (Alarcón, 2017, pág. 23).

Conformidad. Después de obtener el servicio, el cual aborda los requerimientos del cliente en manera favorable, se atraviesa una situación subjetiva basada en nuestra psicología, que como consecuencia respondería a la superación de nuestras expectativas e impulsaría nuestra lealtad (Alarcón, 2017).

1.1.3.2. Características influyentes en la satisfacción

La satisfacción del cliente se plantea como la valoración esperada en respuesta a servicios de calidad, ya que tendrán una influencia importante en la forma de comportarse.

Algunos aspectos en como la satisfacción del cliente influye son:

Si el cliente requiere o no ser atendido.

El ambiente en el que se le presta el servicio o es atendido.

El acuerdo que tiene para una retribución por el servicio prestado.

El cumplimiento de las políticas o acuerdos del servicio prestado.

La fidelidad o no al servicio por parte de los clientes.

La recomendación del servicio por parte del cliente hacia sus círculos.

El desafío que representa asegurar el cumplimiento de estos aspectos implica una mejor atención y posible mejor evaluación de los clientes, además si logramos mantener y cultivar estos aspectos en los clientes, se podría considerar como una estrategia para asegurar la un servicio que implique calidad (Del banco T. & Daley, 2006).

1.1.3.3. Delimitación de satisfacción del cliente

Existe una gran dificultad para poder plantear esta delimitación, es así que diferentes autores, entre ellos Holahan & Jurkat, Vogt y Shi plantean que las bases conceptuales acerca de satisfacción del cliente son escasas y algunas inexactas.

Es la situación generada por el mismo cliente, que representa un sentir emotivo y cognitivo, simboliza la conjunción de las ideas materiales y emotivas de los clientes respecto a averiguar sobre conocimientos, es además contemplar en su totalidad una necesidad o anhelo expresado, es decir, alcanzar un objetivo anhelado (Griffiths, Johnson y Hartley, 2007).

Por otro lado, Vogt (2004) plantea es la finalidad de una secuencia de etapas inalterable de la confrontación de dos posiciones; en un primer lugar acerca de la experiencia y percepciones subjetivas y en el otro lugar objetivos y expectativas (Hernández, 2011, pág. 353).

Entonces, se puede comprender que la gradualidad de un cliente satisfecho va a diferir para toda la diversidad de personas que tomen el servicio, debido a que dependerá de su cada percepción y expectativa correspondiente, por otro lado, existen factores que pueden ser estandarizados ya que influyen constantemente en el servicio con la finalidad de dar a conocer sus características como el nivel la calidad que brindan, su localización, su talento humano, etc.

1.2. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

(1). “CALIDAD DE SERVICIO EN LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL DE LAS MAESTRÍAS EN GERENCIA DE LA REGIÓN ZULIANA”

En el estudio de Salazar C., Clemenza C. & Salazar O, la calidad del servicio a nivel de maestrías de gerencia es considerada a partir de la interacción con los clientes internos y externos, considerando sus componentes (tangibles, fiabilidad, seguridad y empatía), mientras que las organizaciones públicas y privadas tienen el papel de entidades ejecutoras. Los datos resultantes obtenidos sirven como un aporte de conocimientos y datos importantes para cualquier organización educativa superior, debido a que sirven como apoyo para guiar y gestionar dichas organizaciones en búsqueda de adaptarse y lograr la generación de servicios superiores en los distintos ambientes del sector, además del continuo seguimiento hacia satisfacer los requerimientos más sustanciales que pudieran tener los estudiantes de los diversos programas de posgrado, aportando así en el servicio y conseguir su mejoramiento. En orden de conseguir el objetivo establecido, los autores deciden realizar el análisis de varios posicionamientos haciendo uso de diferentes fuentes y referencias bibliográficas para lograr un sustento conceptual sobre calidad de servicio, así mismo teniendo en consideración como una característica fundamental la satisfacción. Dentro de algunos posicionamientos tomados en cuenta, se pueden considerar relevantes los argumentos de Zeithmal (2002), quien indica que la calidad debe ser establecida exclusivamente por el cliente mas no así por las organizaciones que prestan el servicio. Del mismo modo, el posicionamiento por parte de Cobra (2000), quien refiere el concepto de triangulo de servicio, expresando la utilización de estrategias interactivas de marketing en búsqueda de lograr la satisfacción.

(Salazar C., Clemenza C. & Salazar O, 2009).

(2). “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA UNIDAD DE TRÁMITE DOCUMENTARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN, HUACHO, PERÚ” (UNJFSC)

El estudio de Barrera tiene como intención examinar al respecto de cómo influye la calidad respecto de la satisfacción de alumnos en la universidad UNJFSC referido al área de Gestión de documentación universitaria.

El autor considera para su estudio plantear un diseño no-experimental, transeccional, considerando la conformación de población a los alumnos, plana docente y colaboradores del área de administración, llegando a la suma total de 16209 individuos.

El autor hace uso de la aplicación de cuestionario como instrumento, mediante encuestas, utilizando software de paquetes estadísticos SPSS para el proceso de data.

Al cabo de recabar los resultados finales del estudio, manifiesta el índice de significancia 0, el cual lleva a concluir que existe relación entre sus variables planteadas, es decir, que confirma la existencia de influencia de la calidad respecto de la satisfacción de los alumnos de la universidad UNJFSC referido al área de Gestión de documentación universitaria.

(Barrera M, 2014).

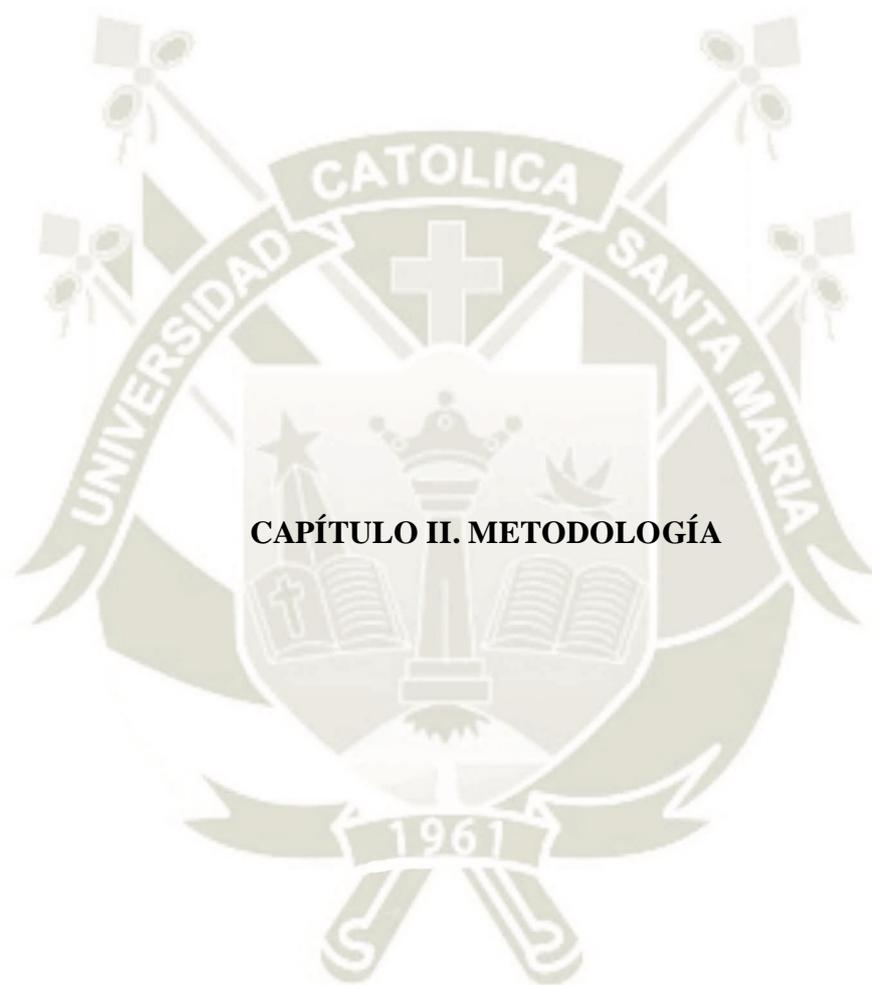
(3). “CALIDAD DEL SERVICIO EN EL SECTOR DE EDUCACIÓN
POSGRADO PARA LOS PROGRAMAS DE MBA EN LIMA”

El estudio de Anna B., Dañino R., Figueroa L. & González D. determinan la gran influencia en función de la calidad del servicio con el objetivo de mejorar las estrategias de las organizaciones como la diferenciación, además del valor que ha tomado en los últimos años debido a las tendencias y competencias en el mercado. Además, refieren que la calidad de servicio es un factor vital para poder lograr una ventaja sobre los competidores.

Los autores consideran que, para medir la calidad, requerimos realizar procedimientos complejos, esto debido al atributo de no tangibilidad característico en los servicios. Además, debemos considerar los diversos elementos y variables planteadas que caracterizan el bien o servicio prestado, además de como los usuarios han de percibirlo. Para el sector de capacitación superior, la relevancia existente respecto a evaluar la calidad es aun de más trascendencia, al ser considerado un servicio de vital importancia para la construcción de una sociedad más desarrollada. Entonces podemos considerar la criticidad que este sector del servicio representa, ya que es permanentemente obtenido y requerido por todos los individuos durante todas las etapas de su vida y que representa la adquisición de un valor no tangible, resultando primordial asegurar su calidad.

Los autores implementaron la herramienta HEDQUAL de origen turco, planteada por Gulnur y Nihat. Para lograr medir la calidad percibida del servicio de capacitación superior, en este caso los programas de posgrado, se basan en 5 clases dimensionales (I) Calidad Educativa, (II) Funciones administrativas, (III) Funciones Bibliotecarias, (IV) Funciones de Soporte (V) Oportunidades Profesionales.

(Anna B., Dañino R., Figueroa L. & González D., 2018).



CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

2.1.1. *Enfoque de la Investigación*

La presente investigación presenta un enfoque cuantitativo, debido a que se muestra a través de cada etapa, además de procedimientos, secuencialidad y puede ser probado. En ese sentido existe una secuencialidad inalterable, que sin embargo se podría replantear en alguna etapa. Su inicio se basa en el planteamiento de una idea que va delimitando, de la cual se originan el objetivo general y específicos de ser el caso y las interrogantes, después se procede a realizar una investigación de distintas referencias bibliográficas que servirán para desarrollar el marco conceptual. Partiendo con las interrogantes, luego la definición de hipótesis y se establecen las variables de la investigación. En base a esto se determina el diseño de investigación adecuado que nos permitirá contrastar la hipótesis, se analizan las variables y los resultados obtenidos mediante el uso de estadística, finalmente se pueden plantear conclusiones y recomendaciones. (Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B., 2014, pág. 4).

2.1.2. *Campo de Estudio, Área de Estudio y Línea de Acción*

Campo de Estudio. Ciencias Empresariales y Sociales

Área de Estudio. Administración

Línea de Acción. Percepción de calidad del servicio

2.1.3. *Análisis de Variables*

El estudio de la investigación contiene dos variables:

Calidad del Servicio percibida

Satisfacción del Cliente

2.1.4. Operacionalización de Variables

Tabla (1)

Operacionalización de Variables

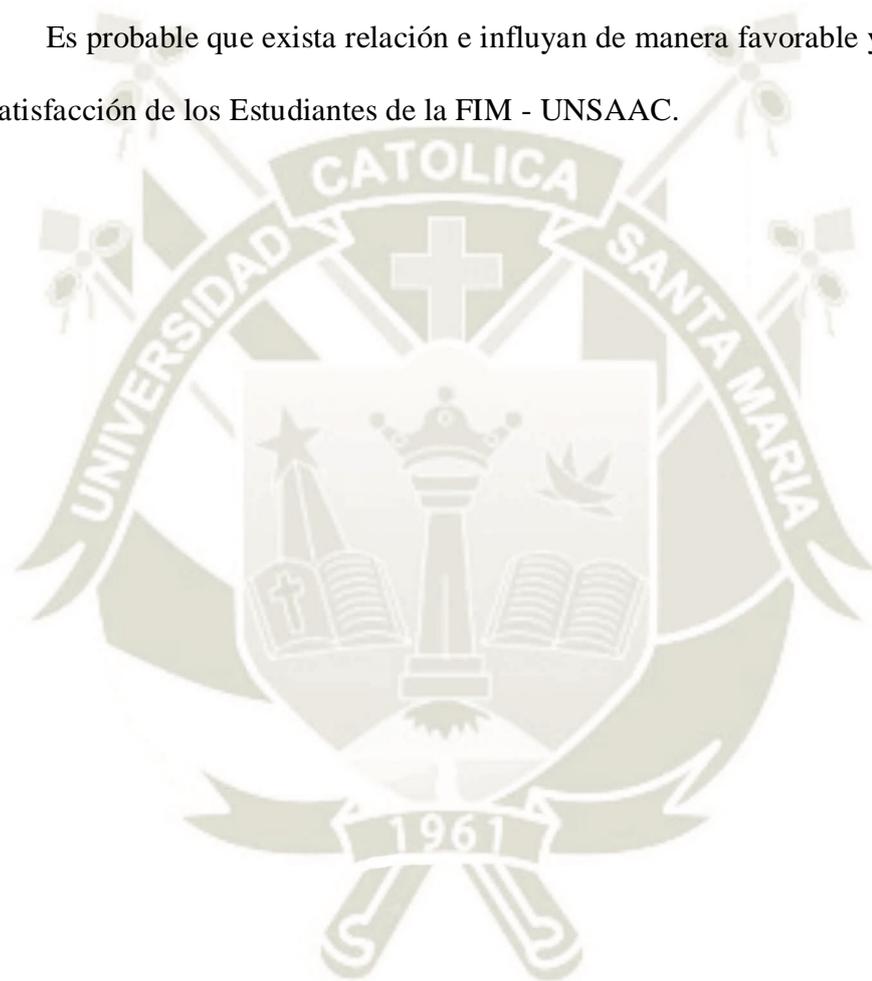
VARIABLE	INDICADORES	SUB INDICADORES
Calidad del Servicio Percibida	Elementos Tangibles	Instalaciones y Equipamiento
		Infraestructura Digital
		Ambiente y Entorno
		Presentación del Personal
	Fiabilidad	Desarrollo del plan de trabajo y estudios
		Prestación de servicios complementarios
		Excelencia en la formación profesional
		Eficacia de plazos en actividades y trámites
	Capacidad de Respuesta	Retroalimentación académica
		Comunicación precisa de horarios y servicios
Respuesta eficiente a solicitudes y dudas		
Seguridad	Predisposición para brindar ayuda	
	Capacidad para la solución de problemas	
	Experticia del Personal	
	Transmisión de confianza	
Empatía	Compromiso con los clientes	
	Atención Personalizada	
	Conocimiento de las necesidades	
	Compromiso y Motivación	
Satisfacción del Estudiante	Valor Percibido	Horarios Adecuados
		Accesibilidad
		Diferenciación
	Expectativas	Especialización
		Necesidades Personales
	Conformidad	Experiencia con el Servicio
		Superación de Expectativas
		Lealtad

Fuente: Elaboración propia, 2021.

2.1.5. Hipótesis

Dado que la Calidad de servicio percibida está conformada por elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, siendo factores importantes y estratégicos en la formación profesional de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.

Es probable que exista relación e influyan de manera favorable y significativa en la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.



2.1.6. Interrogantes Básicas

- ¿Qué relación existe entre la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021?

- ¿Cómo se relacionan los Elementos Tangibles y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021?

- ¿Cómo se relacionan la Fiabilidad y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021?

- ¿En qué medida la Capacidad de Respuesta se relaciona con la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021?

- ¿En qué medida la Seguridad se relaciona con la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021?

- ¿En qué medida la Empatía se relaciona con la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021?

2.1.7. Tipología de Investigación

Este estudio representa una investigación de tipología básica, en vista de que basa su desarrollo en conceptos teóricos sobre calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes, y que busca solucionar el problema establecido.

Una definición para este tipo de estudio es que trata de investigar y conceptos sobre el problema establecido, además trata de explicar a detalle, y predecir el marco sobre el cual se realiza el estudio mediante el planteamiento de metodologías y conceptos que reconocen gestionar un ambiente con base teórica. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, pág. 112).

2.1.8. Diseño de Investigación

Este estudio presenta un diseño de investigación No-Experimental; Transversal; Correlacional.

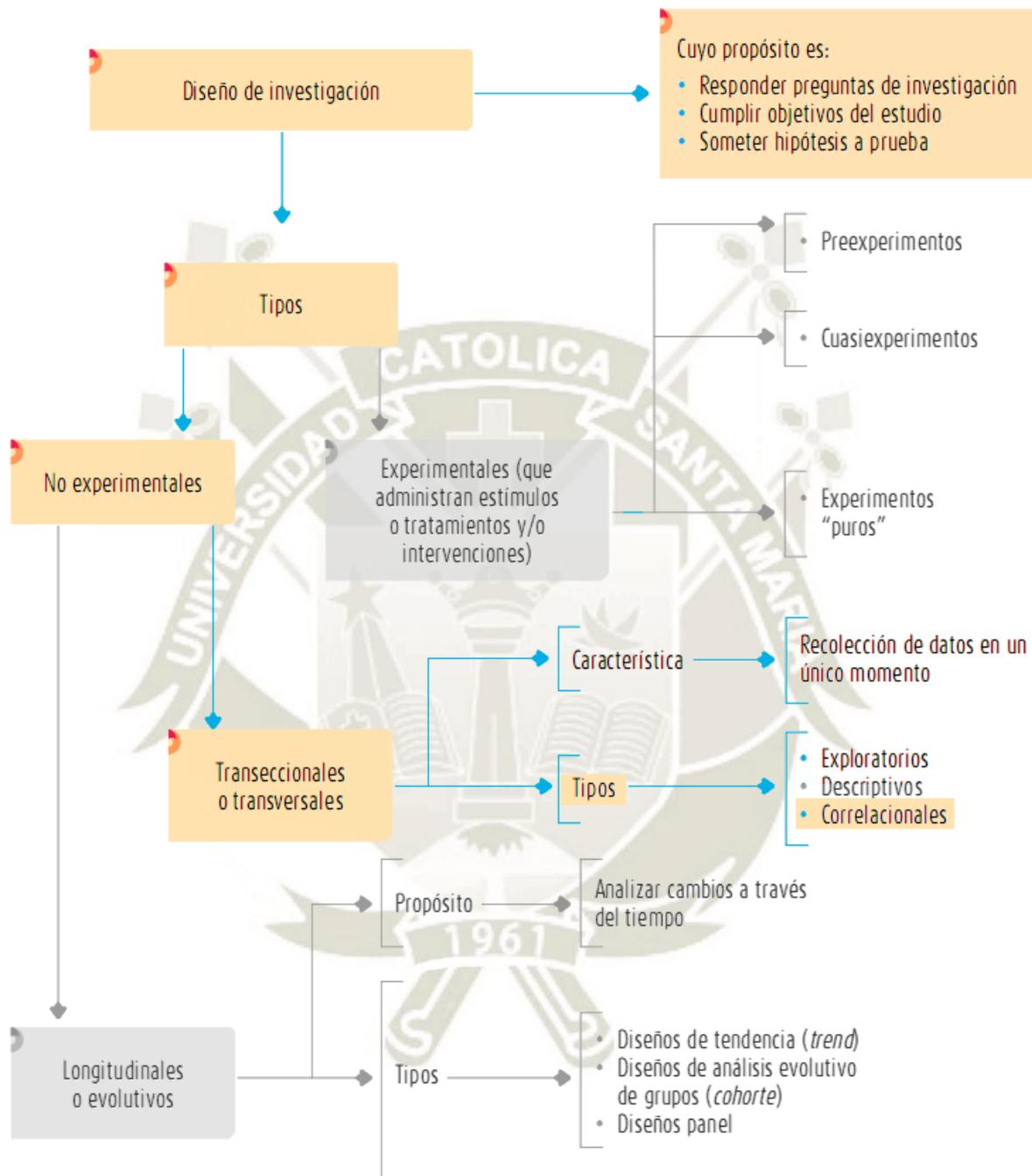
Se hace referencia a un estudio No-Experimental, ya que no se aprecian variaciones intencionadas en las variables. en búsqueda de evaluar algún efecto sobre otras variables. El procedimiento consiste en examinar acontecimientos que se dan en un escenario habitual, para posteriormente realizar un análisis (El Glosario SAGE de Ciencias Sociales y del Comportamiento, 2009).

Es Transeccional o Transversal, ya que busca el modo de obtener una descripción para las variables planteadas y realizar un análisis sobre su influencia y relación para un instante único en el tiempo, mediante la recolectan datos (Liu, 2008 y Tucker, 2004).

Es Correlacional, ya que una vez obtenido los resultados de interacción entre las variables, se realiza el cálculo individual respectivo, posteriormente se mide y analiza la relación, estas relaciones pueden ser comprobadas por la hipótesis (Hernández, 2010, p. 81).

Figura 2

Diseño de Investigación.



Nota: Adaptado de *Metodología de la Investigación 6a ed.* (pág. 127), por Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B., 2014, McGraw-Hill.

2.2. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y MATERIALES DE VERIFICACIÓN

2.2.1. Técnicas

- Método de estudio de información primaria. Este método implica la generación de nuevos conceptos y conocimientos en base al estudio realizado por parte del investigador.
- Método de estudio de información secundaria. Este método implica la referencia que se hace a información ya recopilada y publicada antesora al estudio realizado, las ventajas que representa son la reducción de aspectos económicos y logísticos para el investigador.

Las técnicas empleadas en el presente estudio fueron: la técnica de observación y la técnica comunicación que sirven como herramientas de gran ayuda para determinar a las variables e indicadores mencionados en la operacionalización de variables. (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

2.2.1.1. Técnica de Observación

Observación Documental. Se trata de toda información recuperada de las distintas fuentes bibliográficas donde se encuentran acontecimientos y conceptos sociales producidos a lo largo del tiempo, con el objetivo de adquirir datos que son utilizados dentro de los límites de la investigación.

Para recabar esta información, se recurre al sistema web de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco; además de datos obtenidos de los compendios estadísticos publicados.

2.2.1.2. Técnica de Comunicación

Encuesta. La encuesta plantea determinar lineamientos que ayuden a conocer de manera científica la apreciación de los individuos respecto a un tema en específico (León & Montero, 1993). Mediante esta metodología se plantean interrogantes a una población objetivo, tomando una muestra que referencia y representa a toda la población estudiada, con la finalidad de llegar a comprender sus posiciones y comportamientos en relación la investigación que se realiza. (Borges del Rosal, A., 2021).

Para esta investigación se planteó aplicar la técnica de encuestas, mediante 2 instrumentos o conjunto de interrogantes, que tienen como objetivo recopilar el parecer acerca de la investigación que se realiza (Paredes Núñez J., 2010).

2.2.2. Instrumentos

Los instrumentos que permiten realizar una comprobación son planteados como canales alternativos y de operación de la técnica, representan procedimientos utilizados por los investigadores como soporte para la recopilación de información, por otra parte, los materiales son elementos básicos requeridos para poder aplicar los instrumentos mencionados (Paredes Núñez, J., 2013).

Para la presente investigación se usarán 2 cuestionarios:

- Cuestionario de Encuesta referido a Calidad de Servicio percibida
- Cuestionario de Encuesta referido a Satisfacción del Estudiante

Seguidamente, se plantean las fichas técnicas de los instrumentos para tener un mejor alcance de su estructura.

2.2.2.1. Ficha Técnica de la Encuesta

Ficha Técnica de la Encuesta sobre Calidad de Servicio percibida.

Nombre	Encuesta Modelo Serv-Perf	
Autor	Cronin & Taylor; Camisón, Cruz & Gonzáles	
Año	1994; 2007	
Adaptación	Contreras Ramos, J. M.	
Año	2021	
Procedencia	Arequipa - Perú	
Aplicación	Personal y Grupal	
Tiempo	5 - 12 minutos	
Objetivo	Precisar la Calidad percibida por los Estudiantes de la FIM - UNSAAC	
N° de ítems	28 ítems, agrupados en 5 dimensiones:	
	Elementos Tangibles	Interrogantes 1,2,3,4,5
	Fiabilidad	Interrogantes 6,7,8,9,10
	Capacidad de Respuesta	Interrogantes 11,12,13,14,15
	Seguridad	Interrogantes 16,17,18,19,20,21
	Empatía	Interrogantes 22,23,24,25,26,27,28
Calificación	Serie basada en Likert:	
	⑤ Muy de acuerdo	
	④ De acuerdo	
	③ Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	
	② En desacuerdo	
	① Muy en desacuerdo	

Fuente: Elaboración propia, 2021

Tomando como referencia los ítems que plantea el Modelo Serv-Perf por Cronin & Taylor (1994); Camisón, Cruz & Gonzáles (2007), para la formulación de las preguntas, las cuales serán adaptadas a la presente investigación.

Ficha Técnica de la Encuesta sobre la Satisfacción del Estudiante.

Nombre	Encuesta en base a elementos de Satisfacción del Cliente	
Autor	Philip Kotler	
Año	2003	
Adaptación	Contreras Ramos, J. M.	
Año	2021	
Procedencia	Arequipa - Perú	
Aplicación	Personal y Grupal	
Tiempo	4 - 10 minutos	
Objetivo	Explorar la satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC	
N° de ítems	9 ítems, agrupados en 3 dimensiones:	
	Valor Percibido	Interrogantes 29,30,31,32,33
	Expectativas	Interrogantes 34,35
	Conformidad	Interrogantes 36,37
Calificación	Serie basada en Likert:	
	⑤ Muy de acuerdo	
	④ De acuerdo	
	③ Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	
	② En desacuerdo	
	① Muy en desacuerdo	

Fuente: Elaboración propia, 2021

Tomando como referencia los Elementos de Satisfacción del Cliente que plantea Kotler P. (2003), para la formulación de las preguntas, las cuales serán adaptadas a la presente investigación.

2.2.2.2. Formato de Encuesta

El presente cuestionario tiene como finalidad conocer su opinión, por favor marcar todas sus preguntas con veracidad, para para cumplir con la seriedad e integridad de la investigación.

Género		Edad				Año Académico				
Masculino	Femenino	16-20	21-25	26-30	31 a más	1ero	2do	3ro	4to	5to

Seleccione la opción que sea la más adecuada respecto a cada situación:

⑤ Muy de acuerdo	④ De acuerdo	③ Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo	② En desacuerdo	① Muy en desacuerdo
---------------------	-----------------	---	--------------------	---------------------------

Calidad de Servicio percibida		
N°	Ítems	Calificación
Elementos Tangibles		
1	¿La UNSAAC posee instalaciones y equipamientos (Edificaciones, Talleres, Laboratorios, Salones, Auditorios, Zonas Verdes, Baños) modernos y funcionamiento óptimo?	⑤ ④ ③ ② ①
2	¿La UNSAAC cuenta con una infraestructura digital para el manejo de materiales académicos y desarrollo de clases virtuales adecuados para su aprendizaje?	⑤ ④ ③ ② ①
3	¿La UNSAAC provee ambientes atractivos que generan un entorno agradable para su desarrollo profesional?	⑤ ④ ③ ② ①
4	¿La presentación personal de los catedráticos de la UNSAAC reflejan una apariencia pulcra?	⑤ ④ ③ ② ①
5	¿La presentación personal del personal administrativo de la UNSAAC refleja una apariencia pulcra?	⑤ ④ ③ ② ①
Fiabilidad		
6	¿El contenido académico propuesto por los catedráticos se desarrolla integralmente durante el semestre académico?	⑤ ④ ③ ② ①
7	¿Los servicios complementarios como biblioteca, enfermería, comedor, secretaría se prestan según lo establecido por la UNSAAC?	⑤ ④ ③ ② ①
8	¿El servicio de Educación brindado por la UNSAAC es el óptimo y favorece a ser formado como profesionales de calidad?	⑤ ④ ③ ② ①
9	¿Los horarios y plazos de las actividades académicas se cumplen según lo programado?	⑤ ④ ③ ② ①
10	¿El personal administrativo de la UNSAAC cumple con la atención y trámites académicos sin errores y según plazos establecidos?	⑤ ④ ③ ② ①

Capacidad de Respuesta		
11	¿Los catedráticos retroalimentan oportunamente las diferentes actividades académicas como exámenes, entregables y dudas?	⑤④③②①
12	¿La UNSAAC da a conocer detalladamente todos los servicios que presta, así como los horarios para su atención?	⑤④③②①
13	¿Las consultas, solicitudes y trámites administrativos son atendidos diligentemente y con prontitud?	⑤④③②①
14	¿Los catedráticos de la UNSAAC están predispuestos a ayudar a los estudiantes?	⑤④③②①
15	¿Los colaboradores con funciones administrativas de la UNSAAC se encuentran predispuestos para apoyar a los estudiantes?	⑤④③②①
Seguridad		
16	¿Los catedráticos de la UNSAAC poseen experticia y actualización adecuada en conocimientos teóricos y prácticos?	⑤④③②①
17	¿El personal administrativo de la UNSAAC tiene la capacidad para la atención y solución de problemas de los estudiantes?	⑤④③②①
18	¿Los catedráticos de la UNSAAC promueven un ambiente de confianza que permite comunicación fluida con los estudiantes?	⑤④③②①
19	¿Los catedráticos de la UNSAAC aplican conocimientos teóricos sujetos a la realidad de forma oportuna y clara?	⑤④③②①
20	¿Los catedráticos de la UNSAAC aplican criterios objetivos para la calificación en las asignaturas?	⑤④③②①
21	¿La UNSAAC promueve una mejora en el desempeño laboral de catedráticos y personal administrativo?	⑤④③②①
Empatía		
22	¿Los catedráticos la UNSAAC prestan atención personalizada a los estudiantes cuando es requerida?	⑤④③②①
23	¿El personal administrativo de la UNSAAC presta atención personalizada a los estudiantes cuando es requerida?	⑤④③②①
24	¿Los catedráticos la UNSAAC conocen las necesidades de los estudiantes?	⑤④③②①
25	¿Los colaboradores con funciones administrativas de la UNSAAC conocen las necesidades de los estudiantes?	⑤④③②①
26	¿La UNSAAC proyecta compromiso en la formación integral y personal de los estudiantes?	⑤④③②①
27	¿Los catedráticos la UNSAAC están comprometidos con un correcto aprendizaje, motivación y promueven hacer a los estudiantes participes?	⑤④③②①
28	¿Los horarios de atención de los servicios que brinda la UNSAAC son cómodos y adecuados a las necesidades de los estudiantes?	⑤④③②①

Satisfacción de los Estudiantes		
<i>Valor Percibido</i>		
29	¿El servicio que ofrece la UNSAAC es accesible?	⑤④③②①
30	¿La UNSAAC ofrece un servicio de calidad que la diferencia y posiciona mejor en comparación a otras universidades?	⑤④③②①
31	¿La UNSAAC ofrece un servicio de calidad exclusivo, que no se perciben de otras universidades?	⑤④③②①
32	¿Los docentes de la UNSAAC cumplen satisfactoriamente su función al ser especialistas en sus materias?	⑤④③②①
33	¿El personal administrativo de la UNSAAC cumple satisfactoriamente su función al ser especialistas en su materia?	⑤④③②①
<i>Expectativas</i>		
34.	¿El servicio que ofrece la UNSAAC satisface sus necesidades personales?	⑤④③②①
35	¿Considera que su experiencia del servicio percibida en la UNSAAC, es satisfactoria?	⑤④③②①
<i>Conformidad</i>		
36	¿El servicio que ofrece la UNSAAC ha superado sus expectativas?	⑤④③②①
37	¿Confía a plenitud en el servicio que le brinda la UNSAAC y lo recomendaría a otras personas?	⑤④③②①

Gracias por su colaboración.

2.3. CAMPOS DE VERIFICACIÓN

2.3.1. *Ubicación espacial*

La investigación se efectúa en la ciudad de Cusco.

2.3.2. *Ubicación temporal*

La investigación se efectúa entre de abril y agosto del 2021.

2.4. UNIDAD DE ESTUDIO

Las unidades de análisis del estudio están conformadas por los estudiantes Facultad de Ingeniería de Minas – UNSAAC, Cusco 2021.

2.4.1. *Población*

En la actualidad en la FIM - UNSAAC. cuenta un total de 592 estudiantes (62 mujeres y 530 hombres) con matrícula en los 10 ciclos académicos.

Tabla (2)

Población por año académico

Estudiantes Matriculados FIM - UNSAAC	
Semestre 2021 - I	
1. ^{er} Año	125
2. ^{do} Año	158
3. ^{er} Año	136
4. ^{to} Año	133
5. ^{to} Año	40
Total	592

Fuente: Compendio Estadístico 35 UNSAAC, Elaboración propia, 2021.

2.4.1.1. Muestra

Para este estudio de investigación, se calculó un tamaño de muestra probabilística aleatoria simple de 168 estudiantes FIM - UNSAAC (UNSAAC), durante el semestre académico 2021 I.

Cálculo del Tamaño de Muestra

Debido a que la el tamaño de población es finito, se procedió a calcular la muestra mediante la ecuación planteada por Fisher (1996).

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

Considerando:

n. Tamaño Muestral

N. Tamaño Poblacional = 592

Z. 1,96 (Nivel de confianza 95%)

p. 0,5 homogeneidad de ocurrencia sobre el fenómeno. Probabilidad = 50%.

q. 0,5 homogeneidad de fracaso sobre el fenómeno. Probabilidad = 50%.

e: Margen de error 5%

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 592}{0.05^2 * (592 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 234$$

Al obtener el tamaño de la muestra superior al diez por ciento de la población, se realizó el ajuste usando el factor de corrección por finitud (López-Roldan P., Fachelli S., 2015).

$$n = \frac{n}{1 + \left(\frac{n}{N}\right)} = \frac{234}{1 + \left(\frac{234}{592}\right)}$$

$$\mathbf{n = 168}$$

La muestra está representada por 168 estudiantes.

2.5. ESTRATEGIAS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS

2.5.1. Organización

Como estrategias que sirvan como apoyo para recolectar información y data a través de fuentes primarias, se ha optado la aplicación de encuestas y entrevistas, que se realizan a través de canales digitales.

Para la recolección de datos a través de fuentes secundarias, se ha optado por investigar vía web para obtener información de los compendios estadísticos, desde la fuente oficial de la Universidad Nacional San Antonio Abad Del Cusco (UNSAAC).

También, se consultará bibliografía vigente relacionada a esta investigación.

2.5.2. Recursos

2.5.2.1. Humanos.

Representado por el Investigador y un Ingeniero como apoyo, con la finalidad de poder facilitar de forma directa y oportuna el instrumento a los estudiantes y así obtener la información necesaria requerida en la elaboración del proyecto.

2.5.2.2. Materiales.

Software	Conexión a internet
Memoria USB	Horas de investigación
Útiles de Escritorio	Apoyo Profesional
Movilidad	

2.5.2.3. Financieros.

La investigación es cubierta con recursos propios del investigador.

Tabla (3)

Presupuesto para realizar la investigación

Concepto	Valor Unitario		Valor Total	
Software Procesador de texto y datos	S/	500.00	S/	1,000.00
Memoria USB	S/	25.00	S/	25.00
Útiles de Escritorio	S/	50.00	S/	50.00
Movilidad	S/	300.00	S/	1,200.00
Conexión a internet	S/	100.00	S/	500.00
Horas de investigación	S/	30.00	S/	2,400.00
Apoyo Profesional	S/	600.00	S/	1,200.00
		Total	S/	6,375.00

Fuente: Elaboración propia.

2.6. METODOLOGIAS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS

Las metodologías a utilizar para el presente estudio en función de analizar la data y resultados, que a su vez permitan facilitar su comprensión e interpretación acorde al tipo de estudio, serán listadas a continuación.

2.6.1. *Análisis de Fiabilidad*

Alfa de Cronbach. Alfa de Cronbach se plantea como un coeficiente de relación conjunta al cuadrado, el cual en líneas generales evalúa y calcula el grado de homogeneidad de las interrogantes mediante el promedio obtenido de todas las correlaciones entre todos los ítems con la finalidad de comprobar su similitud. La forma de interpretar el resultado del coeficiente es que mientras más cerca se posicione el índice al extremo 1 será más alta la confiabilidad (100%). Entre los coeficientes utilizados en investigaciones, Alfa de Cronbach, es el más aplicado para este tipo de estudios (Ibarra & Casas, 2015, p.240).

Tabla (4)

Coficiente Alpha de Cronbach en relación al nivel de confiabilidad

Rasgo	Nivel
Muy Alta	0,81 - 1,00
Alta	0,61 - 0,80
Moderada	0,41 - 0,60
Baja	0,21 - 0,40
Muy Baja	0,01 - 0,20

Fuente: Hernández, Fernández, y Baptista, 2014. Elaboración propia, 2021.

2.6.2. *Análisis Descriptivo*

Distribución de frecuencias. Una distribución o Tabulación de frecuencias se plantea como una conjunción de resultados en relación de una variable, siguiendo un orden bajo sus categorías establecidas y que casi siempre se muestra en una tabla. Las distribuciones de frecuencias son complementadas añadiendo los valores porcentuales de casos para las categorías respectivas, los valores porcentuales válidos (removiendo los valores perdidos) y los valores porcentuales acumulados (la sumatoria de valores porcentuales para las categorías respectivas, ordenado empezando por la menor hasta la mayor). (O. Leary, 2014, pág. 282).

Análisis de Tablas de Contingencia. El análisis de tablas de contingencia (ATC) se plantea como un método enfocado en el evaluar el tipo de dependencia de una o un grupo de variables del tipo cualitativo, en otras palabras, valores nominales y ordinales. El ATC representa un método fundamentado en la descripción y evaluación de las relaciones existentes entre 2 o 3 variables en la mayoría de los casos, además nos sirve como una herramienta que evalúa de forma descriptiva estas relaciones, del mismo modo como el procedimiento que precede a otro tipo de evaluaciones más complejas sobre relaciones en múltiples dimensiones. (López Roldan P., Fachelli S., 2015).

2.6.3. *Análisis Inferencial*

Prueba de distribución normal. La prueba de distribución normal o normalidad se plantea como una herramienta que nos permite establecer si un grupo de data o información se encuentra correctamente moldeado bajo una distribución del tipo normal o una diferente, o adicionalmente nos ayuda a evaluar en caso una variable aleatoria, dimensión o indicador contienen una distribución del tipo normal.

Se puede considerar que esta prueba es un método de la segmentación de un modelo específico, y permite su interpretación bajo diferentes parámetros o puntos de vista, considerando como interpretamos las probabilidades en cuestión.

La estadística enfocada a la descripción, calculan el nivel como se ajustan un grupo de datos al modelado del tipo normal, considerando que, si el nivel como se ajustan es bajo, se concluye en que este grupo de datos no cumple con un adecuado modelamiento respecto a la distribución del tipo normal, sin tomar en cuenta las valoraciones sobre las demás variables intervinientes. (MANUFACTURINGTERMS, 2010).

Análisis de Correlación. El análisis de correlación se plantea como una medición respecto de la vinculación o variación conjunta en relación de un grupo de variables del tipo cuantitativo y continuo. Una forma eficiente de conocer la relación conjunta de un grupo de variables es establecer si estas variables varían en conjunto. Cabe resaltar que el cumplimiento de esta variación en conjunto no involucra que en todos los casos exista causalidad, la relación conjunta podría resultar de casualidad.

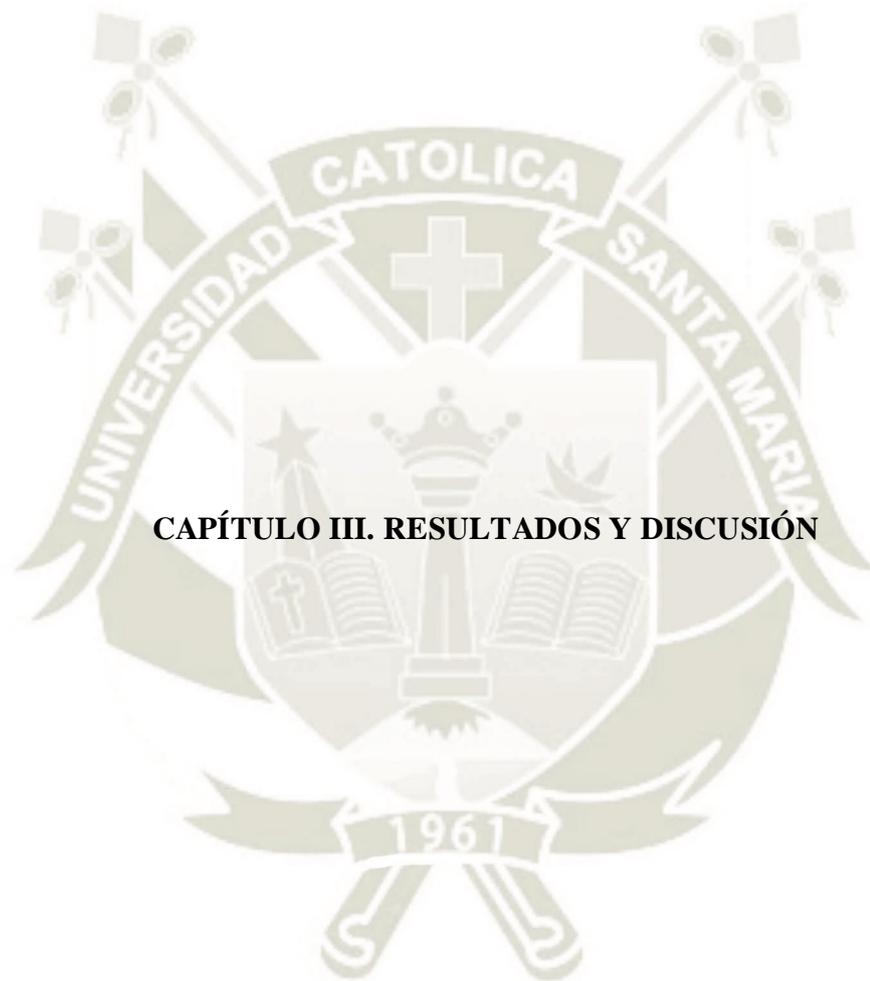
La relación conjunta en definitiva es considerada como una medición normal de asociación o variación lineal para 2 variables. La medición mencionada está representada por (r) , pudiendo tomar valores en el rango de menos 1 (relación conjunta negativa perfecta) y 1 (relación conjunta positiva perfecta). En el caso de que el índice (r) resulte ser igual a 0, evidencia que la relación del tipo lineal en relación a un grupo de variables es inexistente. En el caso de tener una relación conjunta positiva, evidencia que los grupos de variables involucrados tienen una variación en un solo sentido; mientras que, al tener una relación conjunta negativa, evidencia que los grupos de variables involucrados varían opuestamente (Vinuesa P., 2016).

2.7. CRONOGRAMA DE TRABAJO DEL PROYECTO

Tabla (5)

Cronograma de trabajo del proyecto

Actividad	2021			
	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Proyecto de Tesis	[Barra de actividad]			
Recolección. Análisis y tratamiento de datos		[Barra de actividad]		
Redacción preliminar de investigación			[Barra de actividad]	
Informe Final				[Barra de actividad]



CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. ANÁLISIS DE FIABILIDAD

3.1.1. *Análisis de fiabilidad, escala: Calidad Percibida*

Tabla 1

Análisis de fiabilidad, escala: Calidad Percibida

<i>Estadísticos de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	Nº elementos
,954	28

La tabla 1 demuestra que, al realizar el Análisis de Fiabilidad mediante SPSS para el instrumento de Calidad de Servicio Percibida a 168 estudiantes, el cómputo registrado para Alfa de Cronbach es de 0,954, el cual establece un grado de confiabilidad muy alta.

3.1.2. *Análisis de Fiabilidad, escala: Satisfacción del Estudiante*

Tabla 2

Análisis de fiabilidad, escala: Satisfacción del Estudiante.

<i>Estadísticos de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	Nº elementos
,921	9

De acuerdo a la tabla 2, al realizar el Análisis de Fiabilidad mediante SPSS para el instrumento de Calidad de Servicio Percibida a 168 estudiantes, el cómputo registrado para Alfa de Cronbach es de 0,921, el cual establece un grado de confiabilidad muy alta.

3.2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO

3.2.1. Tabulación de Frecuencias: Variable. Calidad de Servicio percibida.

Tabla 3

Distribución de frecuencias: Calidad de Servicio percibida

<i>Calidad de Servicio percibida</i>					
		FRECUENCIA	%	% VÁLIDO	% ACUMULADO
Válido	Bajo	9	5.4	5.4	5.4
	Medio	60	35.7	35.7	41.1
	Alto	88	52.4	52.4	93.5
	Muy Alto	11	6.5	6.5	100.0
Total		168	100.0	100.0	

Figura 3

Niveles de percepción de Calidad de Servicio



Análisis. La Tabla 3 y Figura 3, demuestran que resultados de percepción media y baja respecto a calidad, se deben como manifiestan los estudiantes, a las deficiencias en habilidades blandas, como el bajo entendimiento del personal administrativo respecto al sentir de las necesidades de los estudiantes y como este afecta en su experiencia; además del estado actual de infraestructura en ambientes destinados al uso de servicios complementarios.

Respecto a los resultados de percepción alta y muy alta, reflejan el sentir de los estudiantes respecto al reconocimiento y confianza que les transmite la plana de docentes, así como la planificación académica propuesta teniendo énfasis en innovación y tecnología.

3.2.1.1. Tabulación de Frecuencias: Dimensión. Elementos Tangibles

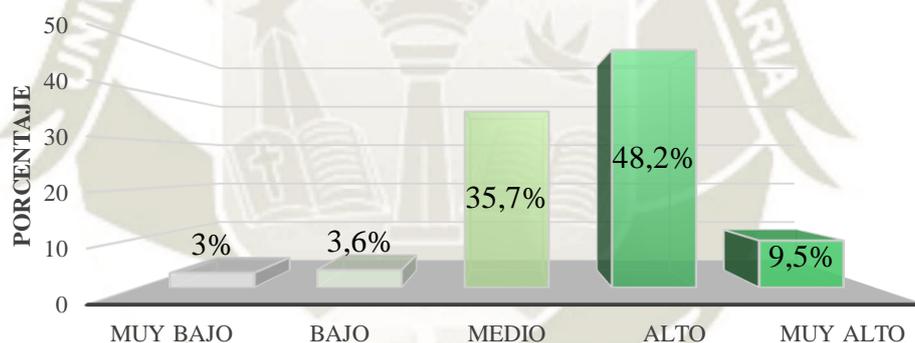
Tabla 4

Tabulación de Frecuencias: Elementos Tangibles

<i>Elementos Tangibles</i>					
		FRECUENCIA	%	% VÁLIDO	% ACUMULADO
Válido	Muy Bajo	5	3.0	3.0	3.0
	Bajo	6	3.6	3.6	6.5
	Medio	60	35.7	35.7	42.3
	Alto	81	48.2	48.2	90.5
	Muy Alto	16	9.5	9.5	100
	Total	168	100	100	

Figura 4

Niveles de percepción de Elementos Tangibles



Análisis. La Tabla 4 y Figura 4, demuestran que resultados respecto a la dimensión de elementos tangibles sobre calidad que en su mayoría percibidos como aceptables y de nivel alto, se deben como manifiestan los estudiantes, a que perciben que existe una planificación adecuada para el mantenimiento, cuidado en los ambiente y áreas verdes programados para sus pabellones incluyendo algunas decoraciones, además de la aceptable limpieza en los servicios higiénicos, pudiendo mejorar la logística de los implementos. En general aprecian un ambiente cómodo, teniendo una ubicación céntrica que facilita su acceso a los ambientes. Respecto a los colaboradores destacan la apariencia pulcra y correcta presentación personal.

3.2.1.1.1. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Elementos-Tangibles

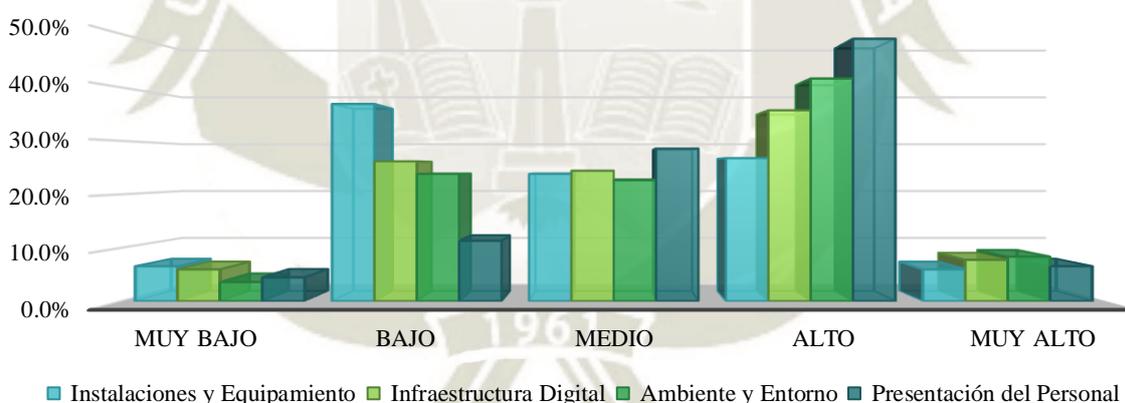
Tabla 5

Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Elementos Tangibles

Nivel	Subindicadores de Elementos Tangibles							
	Instalaciones y Equipamiento		Infraestructura Digital		Ambiente y Entorno		Presentación del Personal	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
Muy Bajo	11	6.5%	10	6.0%	6	3.6%	8	4.5%
Bajo	62	36.9%	44	26.2%	40	23.8%	19	11.3%
Medio	40	23.8%	41	24.4%	38	22.6%	48	28.6%
Alto	45	26.8%	60	35.7%	70	41.7%	83	49.1%
Muy Alto	10	6.0%	13	7.7%	14	8.3%	11	6.5%

Figura 5

Niveles de percepción de subindicadores de Elementos Tangibles



Análisis. La Tabla 5 y Figura 5, demuestran que más de la tercera parte tiene una percepción baja sobre los ambientes destinados a realizar talleres o cursos prácticos, mencionando la necesidad de actualización y nuevos requerimientos de equipos tecnológicos que estén acorde a las nuevas tendencias, de este modo facilitara la forma en que desarrollan sus actividades y actualicen sus conocimientos, también logran seguir la línea que plantea la facultad respecto a innovación y tecnología. Sobre los demás subindicadores expresan tener un nivel medio-alto.

3.2.1.2. Tabulación de Frecuencias: Dimensión. Fiabilidad

Tabla 6

Tabulación de Frecuencias: Fiabilidad

		<i>Fiabilidad</i>			
		FRECUENCIA	%	% VÁLIDO	% ACUMULADO
Válido	Bajo	8	4,8	4,8	4,8
	Medio	55	32,7	32,7	37,5
	Alto	91	54,2	54,2	91,7
	Muy Alto	14	8,3	8,3	100,0
Total		168	100,0	100,0	

Figura 6

Percepciones sobre el nivel Fiabilidad



Análisis. La Tabla 6 y Figura 6, demuestran que resultados respecto a la dimensión de Fiabilidad sobre calidad que en su mayoría percibidos como aceptables y de nivel alto, se deben como manifiestan los estudiantes, a que confían en la integridad que plantea la facultad sobre los contenidos académicos, el desarrollo efectivo y de forma integral durante el semestre académico. Por otro lado, perciben que los servicios no académicos requieren de una mejor implementación progresiva para mejorar su experiencia complementaria a la formación educativa. Existe además un gran número de estudiantes que expresan disconformidad al respecto del correcto cumplimiento de programación de horarios y plazos de atención.

3.2.1.2.1. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Fiabilidad

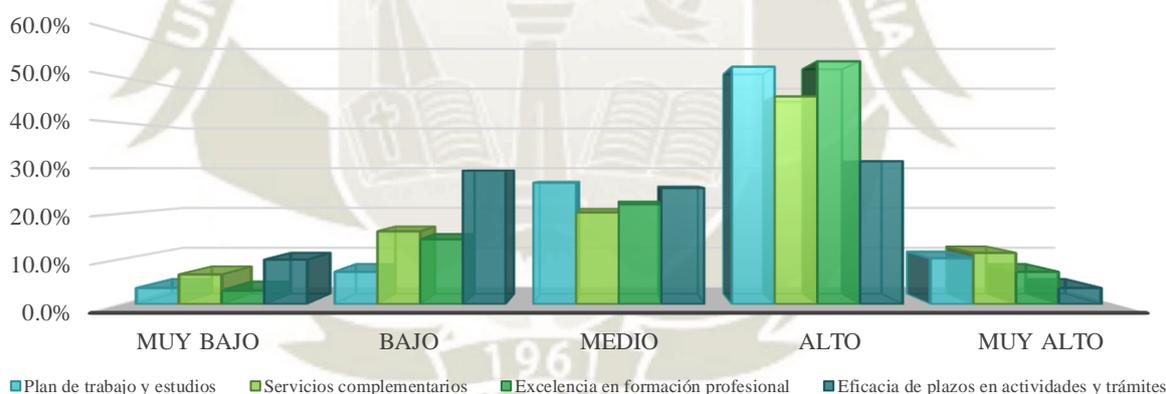
Tabla 7

Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Fiabilidad

<i>Subindicadores de Fiabilidad</i>								
<i>Nivel</i>	<i>Plan de trabajo y estudios</i>		<i>Servicios complementarios</i>		<i>Excelencia en la formación profesional</i>		<i>Eficacia de plazos en actividades y trámites</i>	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
Muy Bajo	6	3.6%	11	6.5%	5	3.0%	17	9.8%
Bajo	12	7.1%	27	16.1%	24	14.3%	50	29.5%
Medio	45	26.8%	34	20.2%	37	22.0%	43	25.6%
Alto	88	52.4%	77	45.8%	90	53.6%	53	31.5%
Muy Alto	17	10.1%	19	11.3%	12	7.1%	6	3.6%

Figura 7

Niveles de percepción de los subindicadores de Fiabilidad



Análisis. La Tabla 7 y Figura 7, demuestran que cerca de la tercera parte tiene una percepción baja sobre la eficacia de plazos en actividades y trámites administrativos, considerando que es necesario que el área a cargo reorganice o replantee sus programaciones y/o procedimientos para evitar retrasos o inexactitudes que de algún modo generan molestias y reclamos por parte de los estudiantes, afectando la experiencia y la percepción que tienen del servicio, del mismo modo pudiendo perjudicar las actividades personales y/o disponibilidad de tiempo. Sobre los demás subindicadores expresan tener un nivel medio-alto.

3.2.1.3. *Tabulación de Frecuencias: Dimensión. Capacidad de Respuesta*

Tabla 8

Tabulación de Frecuencias: Capacidad de Respuesta

		<i>Capacidad de Respuesta</i>			
		FRECUENCIA	%	% VÁLIDO	% ACUMULADO
Válido	Bajo	15	8,9	8,9	8,9
	Medio	61	36,3	36,3	45,2
	Alto	81	48,2	48,2	93,5
	Muy Alto	11	6,5	6,5	100,0
Total		168	100,0	100,0	

Figura 8

Niveles de percepción de Capacidad de Respuesta



Análisis. La Tabla 8 y Figura 8, demuestran que resultados respecto a la dimensión de Capacidad de Respuesta sobre calidad que en su mayoría percibidos como aceptables y de nivel alto, se deben como manifiestan los estudiantes, a que existe una correcta información proporcionada a los estudiantes y/o a los docentes sobre el desempeño en relación con las metas de aprendizaje, así como la motivación genuina a guiar a los estudiantes que pudieran presentar algunos problemas y/o dificultades en las diversas actividades que realizan y que esto les genera un soporte emocional muy apreciado, favoreciendo la formación de valores éticos, lo cual dista del apoyo a solicitudes y dudas que brinda el personal administrativo.

3.2.1.3.1. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Capacidad de Respuesta

Tabla 9

Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Capacidad de Respuesta

<i>Subindicadores de Capacidad de Respuesta</i>								
<i>Nivel</i>	<i>Retroalimentación académica</i>		<i>Comunicación de horarios y servicios</i>		<i>Respuesta a solicitudes y dudas</i>		<i>Predisposición para brindar ayuda</i>	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
Muy Bajo	7	4.2%	6	3.6%	28	16.7%	11	6.5%
Bajo	25	14.9%	23	13.7%	52	31.0%	28	16.7%
Medio	53	31.5%	42	25.0%	44	26.2%	50	29.5%
Alto	70	41.7%	81	48.2%	42	25.0%	70	41.7%
Muy Alto	13	7.7%	16	9.5%	2	1.2%	10	5.7%

Figura 9

Niveles de percepción de los subindicadores de Capacidad de Respuesta



Análisis. La Tabla 9 y Figura 9, demuestran que cerca de la tercera parte tiene una percepción baja sobre la forma como son atendidas sus solicitudes y /o dudas presentadas respecto a tramites procedimientos, administrativos y académicos, así como la prontitud en su ejecución, planteamiento de posibilidades, facilidades y respuesta oportuna. Se considera necesario tomar en cuenta las sugerencias e inconformidades de servicio que son expresadas por los estudiantes, debido a la continua incidencia de desaciertos presentados, los estudiantes expresan la necesidad de mejora las funcionalidad y operatividad del aplicativo web para estos fines. Sobre los demás subindicadores expresan tener un nivel medio-alto.

3.2.1.4. Tabulación de Frecuencias: Dimensión Seguridad

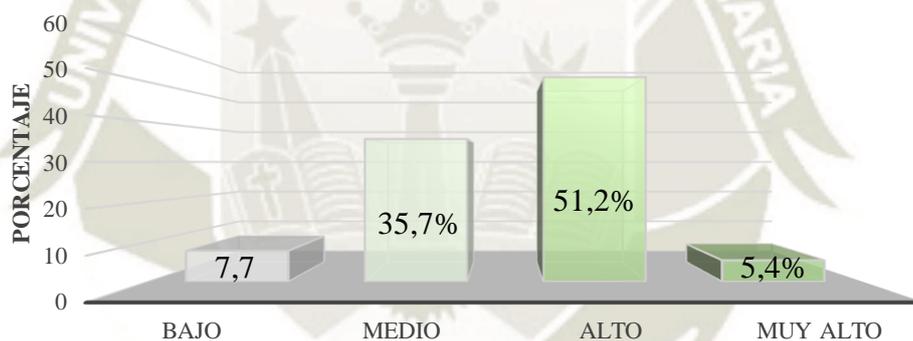
Tabla 10

Tabulación de Frecuencias: Seguridad

		<i>Seguridad</i>			
		FRECUENCIA	%	% VÁLIDO	% ACUMULADO
Válido	Bajo	13	7,7	7,7	7,7
	Medio	60	35,7	35,7	43,5
	Alto	86	51,2	51,2	94,6
	Muy Alto	9	5,4	5,4	100,0
Total		168	100,0	100,0	

Figura 10

Niveles de percepción de Seguridad



Análisis. La Tabla 10 y Figura 10, demuestran que resultados respecto a la dimensión de Seguridad sobre calidad que en su mayoría percibidos como aceptables y de nivel alto, se deben como manifiestan los estudiantes, a que existe confianza en la confianza sobre los conocimientos teóricos y prácticos planteados en la malla curricular y que estos están sujetos y adaptados a la realidad de forma oportuna y clara, además de la objetividad característica en la mayoría de docentes en función de las evaluaciones y calificaciones que hacen sobre los estudiantes. Por otro lado, expresan que la UNSAAC debería potenciar las capacidades para la atención y solución de problemas de los alumnos por parte del personal administrativo.

3.2.1.4.1. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Seguridad

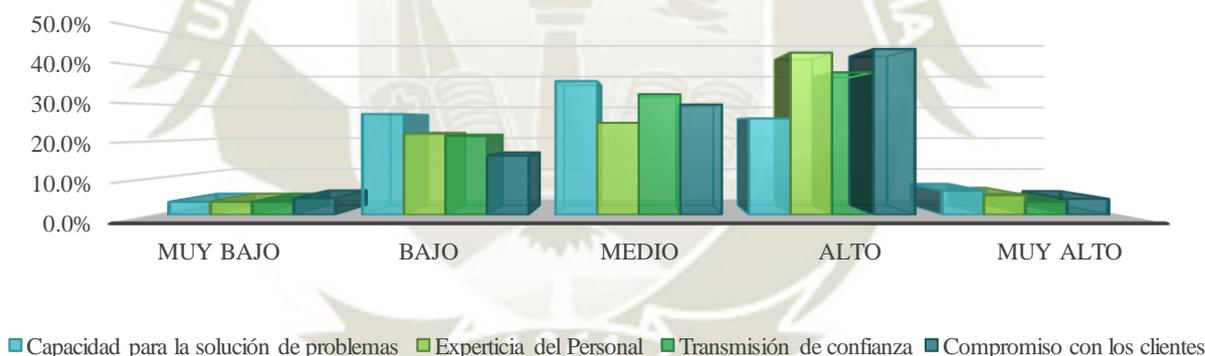
Tabla 11

Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Seguridad

<i>Subindicadores de Seguridad</i>								
<i>Nivel</i>	<i>Capacidad para la solución de problemas</i>		<i>Experticia del Personal</i>		<i>Transmisión de confianza</i>		<i>Compromiso con los clientes</i>	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
Muy Bajo	6	3.6%	6	3.6%	6	3.6%	8	4.6%
Bajo	37	22.0%	46	27.4%	36	21.4%	27	16.1%
Medio	42	25.0%	61	36.3%	55	32.7%	50	30.0%
Alto	74	44.0%	44	26.2%	65	38.7%	76	45.0%
Muy Alto	9	5.4%	11	6.5%	6	3.6%	7	4.4%

Figura 11

Niveles de percepción de los subindicadores de Seguridad



Análisis. La Tabla 11 y Figura 11, demuestran que cerca de la tercera parte tiene una percepción baja sobre la percepción de experticia del personal encargado de la atención y solución de problemas de los alumnos. Algunas sugerencias pasan por mejorar las interacciones y relaciones interpersonales con los estudiantes, logrando potenciar algunas habilidades como la escucha activa, con la finalidad de darle valor al sentir de los estudiantes, sus posiciones, opiniones y solicitudes. Además de reconocer y admitir errores o deficiencias de ser el caso y realizar un seguimiento después de haber planteado soluciones a los problemas de los estudiantes. Sobre los demás subindicadores expresan tener un nivel medio-alto.

3.2.1.5. *Tabulación de Frecuencias: Dimensión. Empatía*

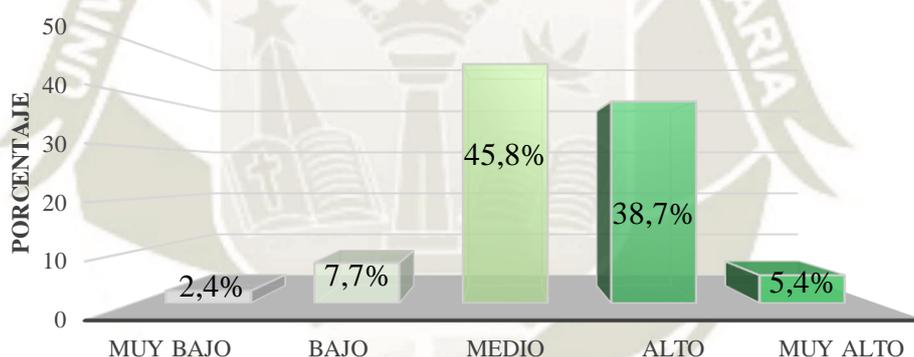
Tabla 12

Tabulación de Frecuencias: Empatía

		<i>Empatía</i>			
		FRECUENCIA	%	% VÁLIDO	% ACUMULADO
Válido	Muy Bajo	4	2,4	2,4	2,4
	Bajo	13	7,7	7,7	10,1
	Medio	77	45,8	45,8	56,0
	Alto	65	38,7	38,7	94,6
	Muy Alto	9	5,4	5,4	100,0
Total		168	100,0	100,0	

Figura 12

Niveles de percepción de Empatía



Análisis. La Tabla 12 y Figura 12, demuestran que resultados respecto a la dimensión de Empatía sobre calidad, en su mayoría percibidos como medio y nivel alto, se deben como manifiestan los estudiantes, a que la plana docente demuestra estar comprometida con un correcto aprendizaje, motivación y además promueven la participación activa de los alumnos durante el desarrollo de actividades, considerando en algunos casos una experiencia grata, a diferencia de lo que expresan respecto del personal administrativo que en realidad no presta una atención personalizada cuando es requerida, debido probablemente a que ciertamente desconocen las necesidades de los alumnos.

3.2.1.5.1. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Empatía

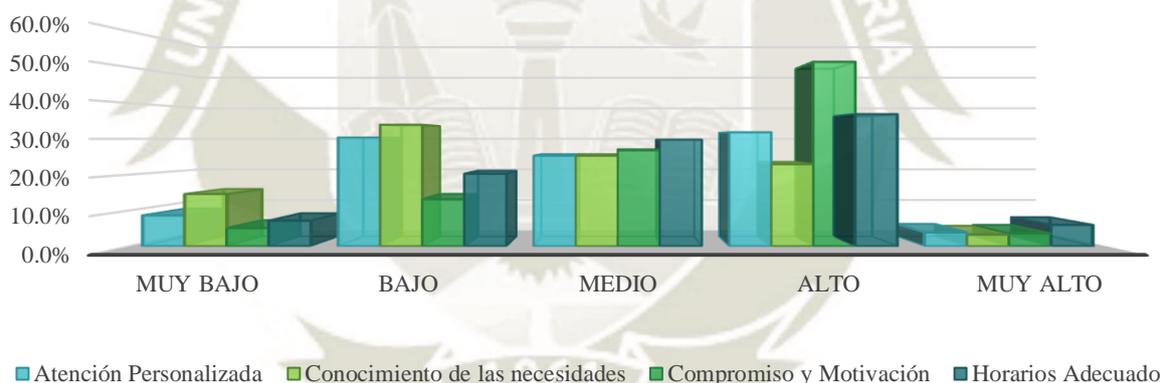
Tabla 13

Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Empatía

Nivel	Subindicadores de Empatía							
	Atención Personalizada		Conocimiento de las necesidades		Compromiso y Motivación		Horarios Adecuados	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
Muy Bajo	15	8.6%	25	14.6%	9	5.1%	12	7.1%
Bajo	51	30.4%	57	33.9%	22	13.1%	34	20.2%
Medio	43	25.3%	43	25.3%	45	26.8%	50	29.8%
Alto	54	31.8%	39	22.9%	87	51.5%	62	36.9%
Muy Alto	7	3.9%	6	3.3%	6	3.6%	10	6.0%

Figura 13

Niveles de percepción de los subindicadores de Empatía



Análisis. La Tabla 13 y Figura 13, demuestran que cerca de la tercera parte expresan tener una percepción baja sobre la atención personalizada, que guarda relación e implicancia con el desconocimiento del sentir de los estudiantes. Para mejorar estas características se requiere potenciar las habilidades blandas en las estrategias de personalización, para lo cual es necesario promover una cultura centrada en el cliente, es decir, diseñar estrategias alrededor del cliente, para esto se sugiere hacer uso de información histórica disponible que sirva como una fuente base y a partir de esta generar comunicaciones más relevantes que ayuden a que los estudiantes sean escuchados y realmente se puedan entender sus preocupaciones.

3.2.2. *Tabulación de Frecuencias: Variable. Satisfacción del Estudiante.*

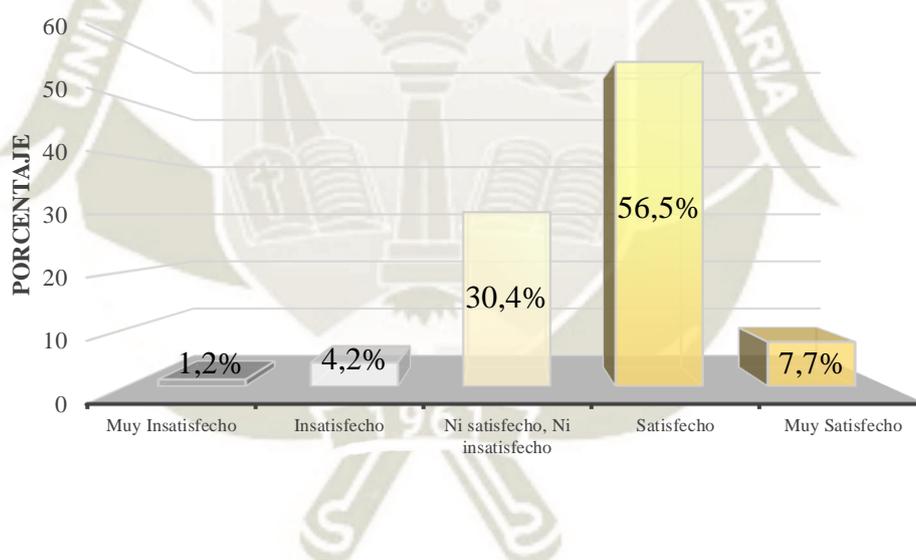
Tabla 14

Tabulación de Frecuencias: Satisfacción del Estudiante

<i>Satisfacción del Estudiante</i>				
	FRECUENCIA	%	% VÁLIDO	% ACUMULADO
Muy Insatisfecho	2	1.2	1.2	1.2
Insatisfecho	7	4.2	4.2	5.4
Ni satisfecho, ni insatisfecho	51	30.4	30.4	35.7
Satisfecho	95	56.5	56.5	92.3
Muy Satisfecho	13	7.7	7.7	100
Total	168	100	100	

Figura 14

Niveles de Satisfacción del Estudiante



Análisis. La Tabla 14 y Figura 14, demuestran que resultados respecto a satisfacción, son en su mayoría de niveles medio y alto, se deben como manifiestan los estudiantes, a un resultado general que le otorgan a la experiencia del servicio. Pueden estar de acuerdo con la aceptación de este, tomando en consideración sus expectativas generadas en función al qué y la forma en que reciben el servicio en las diferentes actividades académicas y complementarias de la Facultad de Ing. de Minas, además considerando las características de calidad conformada por elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

3.2.2.1. *Tabulación de Frecuencias: Dimensión Valor Percibido*

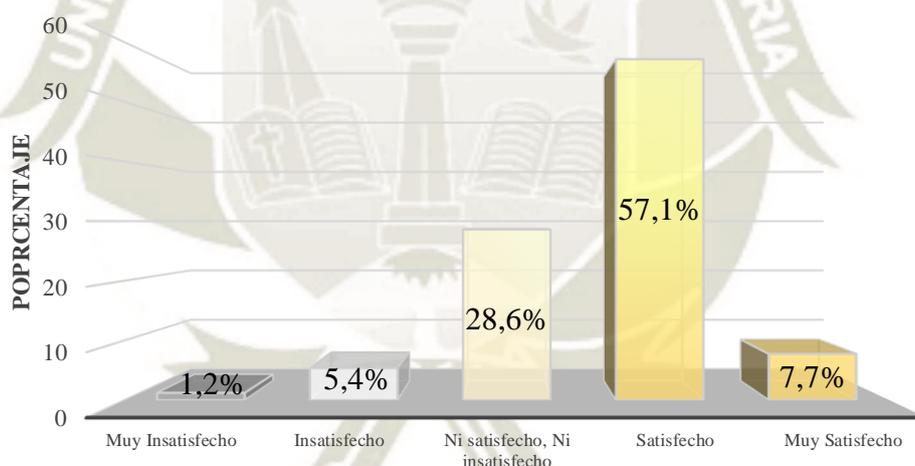
Tabla 15

Tabulación de Frecuencias: Valor Percibido

	<i>Valor Percibido</i>			
	FRECUENCIA	%	% VÁLIDO	% ACUMULADO
Muy Insatisfecho	2	1,2	1,2	1,2
Insatisfecho	9	5,4	5,4	6,5
Ni satisfecho, ni insatisfecho	48	28,6	28,6	35,1
Satisfecho	96	57,1	57,1	92,3
Muy Satisfecho	13	7,7	7,7	100,0
Total	168	100,0	100,0	

Figura 15

Niveles de percepción de Valor Percibido



Análisis. La Tabla 15 y Figura 15, demuestran que resultados respecto al valor percibido, son en su mayoría de niveles medio y alto, se deben como manifiestan los estudiantes, a que ellos le otorgan una puntuación general considerando lo que ellos reciben, es decir, a los valores que consideran positivos, en relación a los deberes, lineamientos y exigencias que cumplen. Además, intervienen factores como las creencias previas sobre el valor del servicio, que han sido formadas a partir de conocer experiencias anteriores, información relevante de la facultad e información de personas cercanas.

3.2.2.1.1. *Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Valor Percibido*

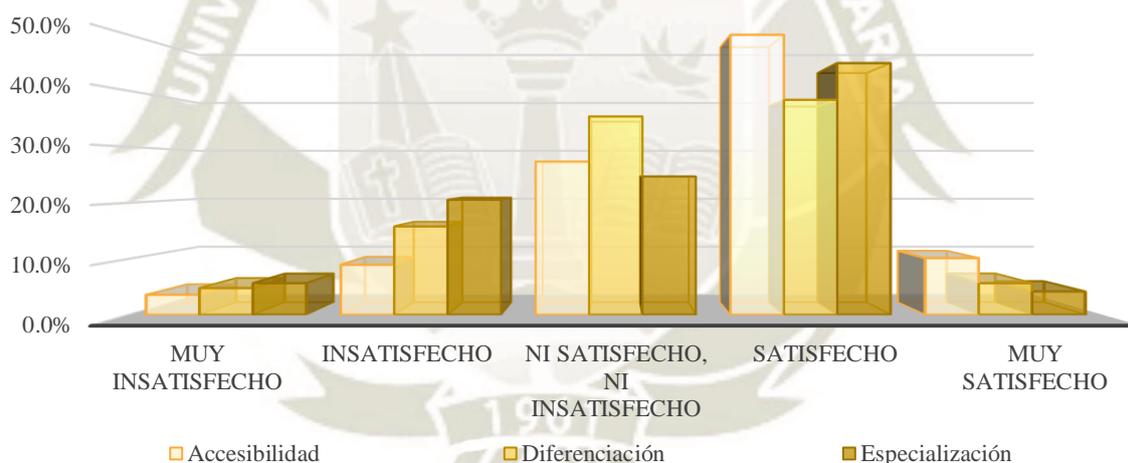
Tabla 16

Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Valor Percibido

<i>Nivel</i>	<i>Accesibilidad</i>		<i>Diferenciación</i>		<i>Especialización</i>	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
Muy Insatisfecho	6	3.6%	8	4.8%	10	5.7%
Insatisfecho	15	8.9%	27	15.8%	35	20.5%
Ni satisfecho, ni insatisfecho	46	27.4%	60	35.4%	42	24.7%
Satisfecho	84	50.0%	65	38.4%	76	44.9%
Muy Satisfecho	17	10.1%	10	5.7%	7	4.2%

Figura 16

Niveles de percepción de los subindicadores de Valor Percibido



Análisis. La Tabla 16 y Figura 16, demuestran que los estudiantes expresan que respecto a la accesibilidad existe una dificultad media – alta previa y durante su experiencia, debido al posicionamiento de la institución y la gran demanda por el programa de Ing. de Minas, además consideran que brindan un servicio de calidad diferenciado y por ende los posiciona mejor en comparación a otras universidades de la ciudad e incluso de la región, algunos alumno también le dan valor adicional al hecho de contar con docentes especialistas en sus materias que logran satisfactoriamente el desempeño de sus funciones.

3.2.2.2. *Tabulación de Frecuencias: Dimensión Expectativas*

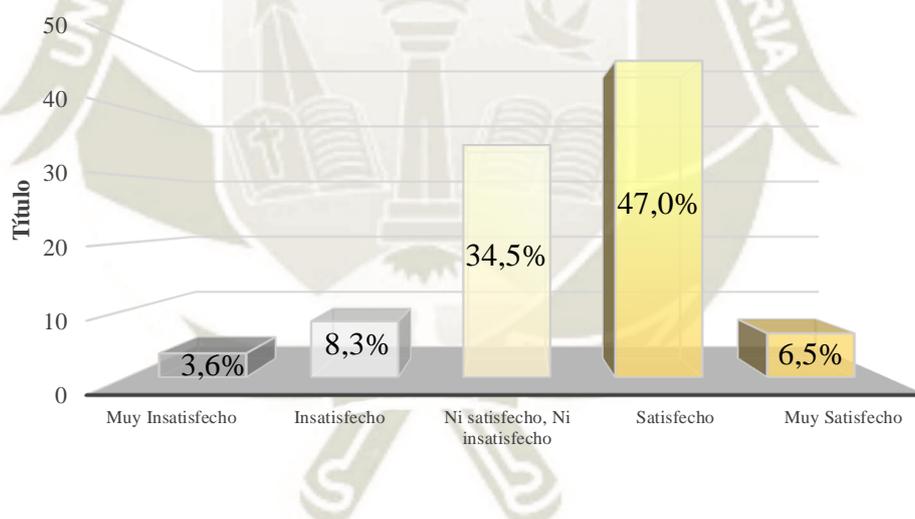
Tabla 17

Tabulación de Frecuencia de la Dimensión Expectativas

<i>Dimensión Expectativas</i>				
	FRECUENCIA	%	% VÁLIDO	% ACUMULADO
Muy Insatisfecho	6	3,6	3,6	3,6
Insatisfecho	14	8,3	8,3	11,9
Ni satisfecho, ni insatisfecho	58	34,5	34,5	46,4
Satisfecho	79	47,0	47,0	93,5
Muy Satisfecho	11	6,5	6,5	100,0
Total	168	100,0	100,0	

Figura 17

Niveles de percepción de la dimensión: Expectativas



Análisis. La Tabla 17 y Figura 17, demuestran que los resultados respecto a expectativas, son en su mayoría de niveles medio y alto, se deben como manifiestan los estudiantes, a todas las acciones, respuestas, servicios complementarios y estándares de calidad que están acostumbrados a recibir por parte de la facultad, es decir, todo aquello que esperan de la imagen formada respecto al servicio experimentado. Al tener interacción con ellos se debe aprovechar cada una de estas oportunidades para fortalecer y mejorar esta imagen, dándoles una mejor impresión de los principios y valores que representan a la facultad de Ing. de Minas.

3.2.2.2.1. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Expectativas

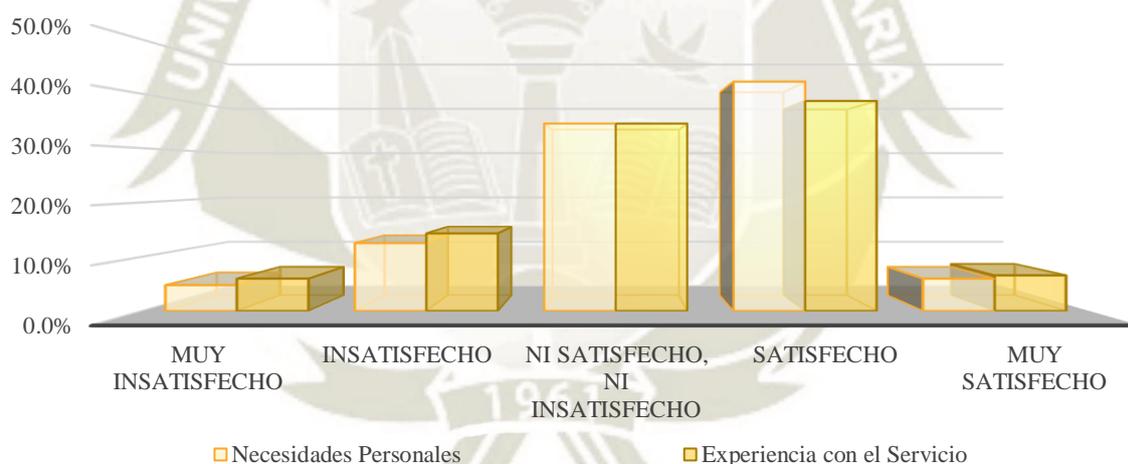
Tabla 18

Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Expectativas

Nivel	Necesidades Personales		Experiencia con el Servicio	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
Muy Insatisfecho	8	4.8%	10	6.0%
Insatisfecho	21	12.5%	24	14.3%
Ni satisfecho, ni insatisfecho	58	34.5%	58	34.5%
Satisfecho	71	42.3%	65	38.7%
Muy Satisfecho	10	6.0%	11	6.5%

Figura 18

Niveles de percepción de los subindicadores de Expectativas



Análisis. La Tabla 18 y Figura 18, demuestran que los estudiantes expresan satisfacción respecto de sus necesidades personales, considerando como pilar fundamental la formación educativa de calidad y las actividades complementarias que complementan su formación profesional, además expresan que algunas deficiencias en procesos administrativos pasan a ser un factor de menor peso, que de algún modo afecta la experiencia general del servicio, sin embargo se han adaptado a manejar y buscar mecanismos para lidiar con situaciones similares.

3.2.2.3. *Tabulación de Frecuencias: Dimensión Conformidad*

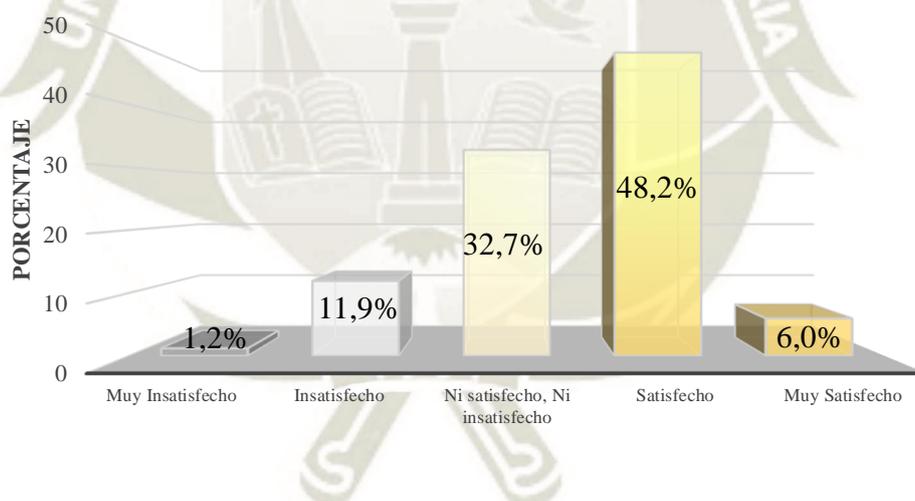
Tabla 19

Tabulación de Frecuencia de la Dimensión Conformidad

<i>Dimensión Conformidad</i>				
	FRECUENCIA	%	% VÁLIDO	% ACUMULADO
Muy Insatisfecho	2	1,2	1,2	1,2
Insatisfecho	20	11,9	11,9	13,1
Ni satisfecho, ni insatisfecho	55	32,7	32,7	45,8
Satisfecho	81	48,2	48,2	94,0
Muy Satisfecho	10	6,0	6,0	100,0
Total	168	100,0	100,0	

Figura 19

Niveles de percepción de la dimensión: Conformidad



Análisis. La Tabla 19 y Figura 19, demuestran que resultados respecto a conformidad, son en su mayoría de niveles medio y alto, se deben como manifiestan los estudiantes, que luego de experimentar el servicio con un enfoque integral, han podido experimentar lealtad a la institución que les brinda las herramientas necesarias para su desarrollo profesional y humano, y en especial a la facultad de la cual expresan sentir orgullo y gran aprecio, respecto a lo que ellos esperaban, han podido reconocer que la superación de sus expectativas en la parte académica y del ambiente y entorno del cual llegan a formar parte.

3.2.2.2.1. Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Conformidad

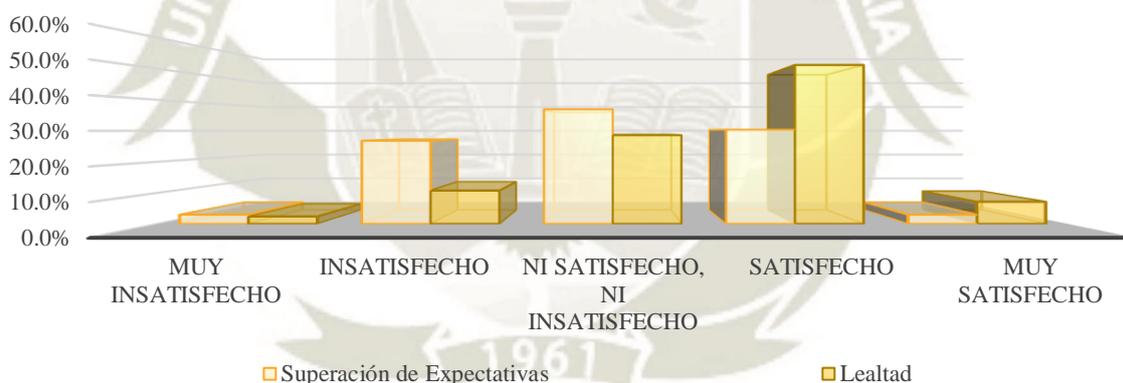
Tabla 20

Tabulación de Frecuencias: Subindicadores de Conformidad

<i>Nivel</i>	<i>Superación de Expectativas</i>		<i>Lealtad</i>	
	FRECUENCIA	%	FRECUENCIA	%
Muy Insatisfecho	5	3.0%	4	2.4%
Insatisfecho	45	26.8%	18	10.7%
Ni satisfecho, ni insatisfecho	62	36.9%	48	28.6%
Satisfecho	51	30.4%	86	51.2%
Muy Satisfecho	5	3.0%	12	7.1%

Figura 20

Niveles de percepción de los subindicadores de Conformidad



Análisis. La Tabla 20 y Figura 20, demuestran que los estudiantes expresan que el servicio que en la Facultad de Ing. de minas ha superado sus expectativas solo en ciertos ámbitos y no como un servicio integral, se sugiere determinar cuál es en realidad la expectativa de los estudiantes, realizar un análisis comparativo, considerando el servicio de instituciones que lideran el sector, rescatando las buenas prácticas y los procesos que dejan de lado. Esto ayudara ubicarnos mejor en contexto, entendiendo que esta calificación realmente la ponderan los estudiantes. Además, logrando superar estas expectativas seguramente se fortalecerá la lealtad en los estudiantes.

3.2.3. *Contingencia cruzada: Calidad de Servicio y Satisfacción del Estudiante*

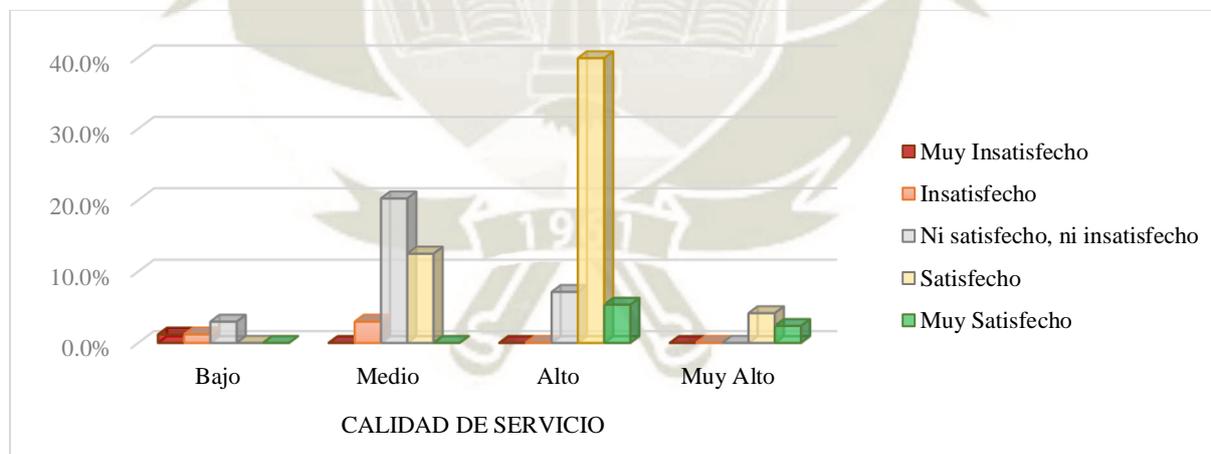
Tabla 21

Contingencia cruzada: Calidad de Servicio y Satisfacción del Estudiante

		Satisfacción del Estudiante					Total	
		Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho		
Calidad de Servicio	Bajo	Recuento	2	2	5	0	0	9
		% del total	1.2%	1.2%	3.0%	0.0%	0.0%	5.4%
	Medio	Recuento	0	5	34	21	0	60
		% del total	0.0%	3.0%	20.2%	12.5%	0.0%	35.7%
	Alto	Recuento	0	0	12	67	9	88
		% del total	0.0%	0.0%	7.1%	39.9%	5.4%	52.4%
	Muy Alto	Recuento	0	0	0	7	4	11
		% del total	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	2.4%	6.5%
	Total	Recuento	2	7	51	95	13	168
		% del total	1.2%	4.2%	30.4%	56.5%	7.7%	100.0%

Figura 21

Contingencia cruzada: Calidad de Servicio y Satisfacción del Estudiante



La Tabla 21 y Figura 21, demuestran que de la población de estudiantes encuestados el 20,2% percibe un nivel medio de calidad de servicio y a su vez una satisfacción neutra, además el 39,9% percibe un nivel Alto de calidad de servicio y a su vez un nivel de satisfacción alto (satisfecho). El grupo de estudiantes con nivel “muy satisfecho” (5.4%) perciben el nivel de calidad Alto.

3.2.4. *Contingencia cruzada: Elementos Tangibles y Satisfacción del Estudiante*

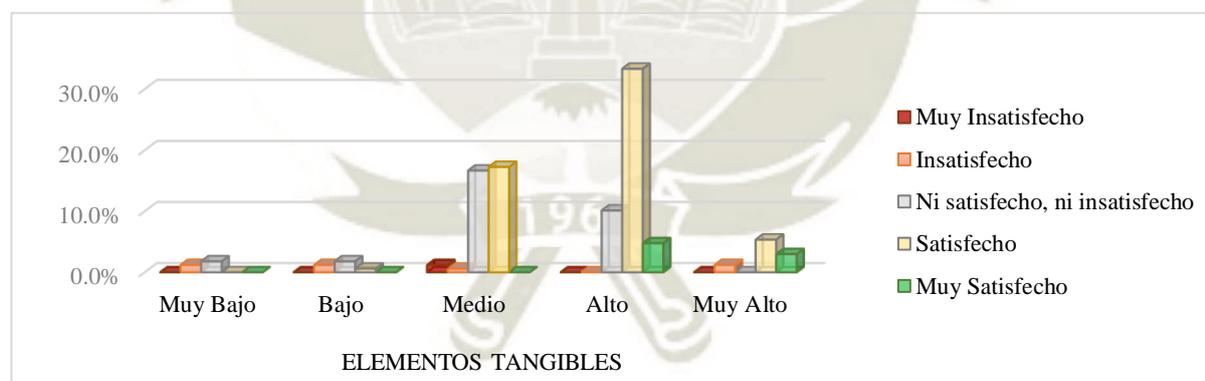
Tabla 22

Contingencia cruzada: Elementos Tangibles y Satisfacción del Estudiante

		Satisfacción del Estudiante					Total	
		Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho		
Elementos Tangibles	Muy Bajo	Recuento	0	2	3	0	0	5
		% del total	0.0%	1.2%	1.8%	0.0%	0.0%	3.0%
	Bajo	Recuento	0	2	3	1	0	6
		% del total	0.0%	1.2%	1.8%	0.6%	0.0%	3.6%
	Medio	Recuento	2	1	28	29	0	60
		% del total	1.2%	0.6%	16.7%	17.3%	0.0%	35.7%
	Alto	Recuento	0	0	17	56	8	81
		% del total	0.0%	0.0%	10.1%	33.3%	4.8%	48.2%
	Muy Alto	Recuento	0	2	0	9	5	16
		% del total	0.0%	1.2%	0.0%	5.4%	3.0%	9.5%
Total	Recuento	2	7	51	95	13	168	
	% del total	1.2%	4.2%	30.4%	56.5%	7.7%	100.0%	

Figura 22

Contingencia cruzada: Elementos Tangibles y Satisfacción del Estudiante



La Tabla 22 y Figura 22, demuestran que de la población de estudiantes encuestados el 16,7% con satisfacción neutra y el 17,3% con satisfacción alta, ambos grupos perciben un nivel de calidad medio en relación a la clase dimensional: Elementos-Tangibles, además el 33,3% percibe un nivel Alto respecto a la dimensión Elementos Tangibles y a su vez un nivel de satisfacción alto (satisfecho). Solo el 5 % considera la calidad muy alta y muy satisfechos.

3.2.5. *Contingencia cruzada: Fiabilidad y Satisfacción del Estudiante*

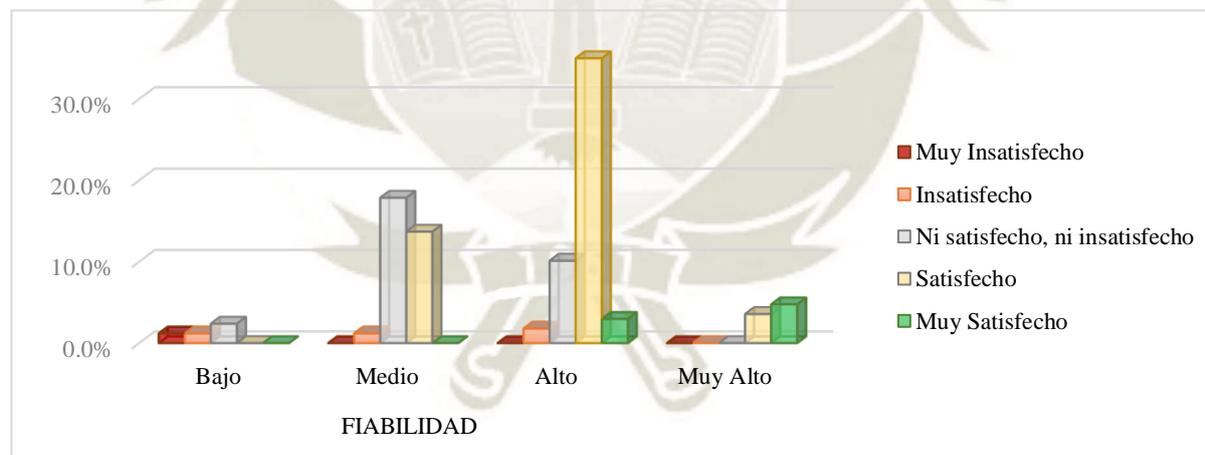
Tabla 23

Contingencia cruzada: Fiabilidad y Satisfacción del Estudiante

		Satisfacción del Estudiante					Total	
		Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho		
Fiabilidad	Bajo	Recuento	2	2	4	0	0	8
		% del total	1.2%	1.2%	2.4%	0.0%	0.0%	4.8%
	Medio	Recuento	0	2	30	23	0	55
		% del total	0.0%	1.2%	17.9%	13.7%	0.0%	32.7%
	Alto	Recuento	0	3	17	66	5	91
		% del total	0.0%	1.8%	10.1%	39.3%	3.0%	54.2%
	Muy Alto	Recuento	0	0	0	6	8	14
		% del total	0.0%	0.0%	0.0%	3.6%	4.8%	8.3%
	Total	Recuento	2	7	51	95	13	168
		% del total	1.2%	4.2%	30.4%	56.5%	7.7%	100.0%

Figura 23

Contingencia cruzada: Fiabilidad y Satisfacción del Estudiante



La Tabla 23 y Figura 23, demuestran que de la población de estudiantes encuestados el 17,9% con satisfacción neutra, percibe un nivel de calidad medio en relación a la clase dimensional: Fiabilidad; además el 39,3% percibe un nivel de calidad Alto en relación a la clase dimensional: Fiabilidad y a su vez muestra un nivel de satisfacción Alto (satisfecho).

3.2.6. *Contingencia cruzada: Capacidad de Respuesta y Satisfacción del Estudiante*

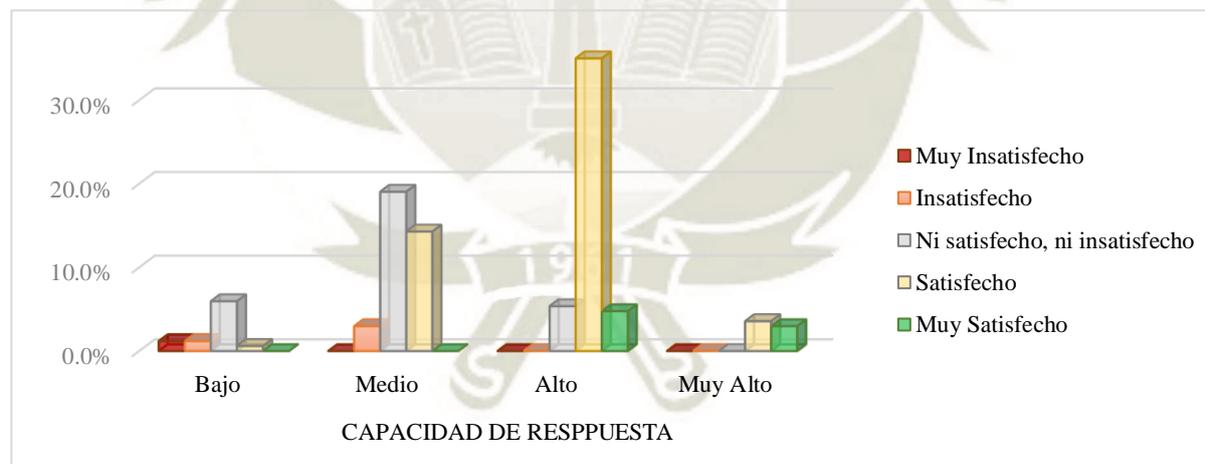
Tabla 24

Contingencia cruzada: Capacidad de Respuesta y Satisfacción del Estudiante

		Satisfacción del Estudiante					Total	
		Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho		
Capacidad de Respuesta	Bajo	Recuento	2	2	10	1	0	15
		% del total	1.2%	1.2%	6.0%	0.6%	0.0%	8.9%
	Medio	Recuento	0	5	32	24	0	61
		% del total	0.0%	3.0%	19.0%	14.3%	0.0%	36.3%
	Alto	Recuento	0	0	9	64	8	81
		% del total	0.0%	0.0%	5.4%	38.1%	4.8%	48.2%
	Muy Alto	Recuento	0	0	0	6	5	11
		% del total	0.0%	0.0%	0.0%	3.6%	3.0%	6.5%
	Total	Recuento	2	7	51	95	13	168
		% del total	1.2%	4.2%	30.4%	56.5%	7.7%	100.0%

Figura 24

Contingencia cruzada: Capacidad de Respuesta y Satisfacción del Estudiante



La Tabla 24 y Figura 24, demuestran que de la población de estudiantes encuestados el 19,0% con satisfacción neutra, percibe un nivel de calidad Medio en relación a la clase dimensional: Capacidad de Respuesta; de los grupos que perciben un nivel Alto en relación a la clase dimensional Capacidad de Respuesta, el 38,1% muestra que su satisfacción es de nivel Alto (satisfecho) y el 4,8% muestra que su satisfacción es de nivel Muy Alto (Muy Satisfecho).

3.2.7. *Contingencia cruzada: Seguridad y Satisfacción del Estudiante*

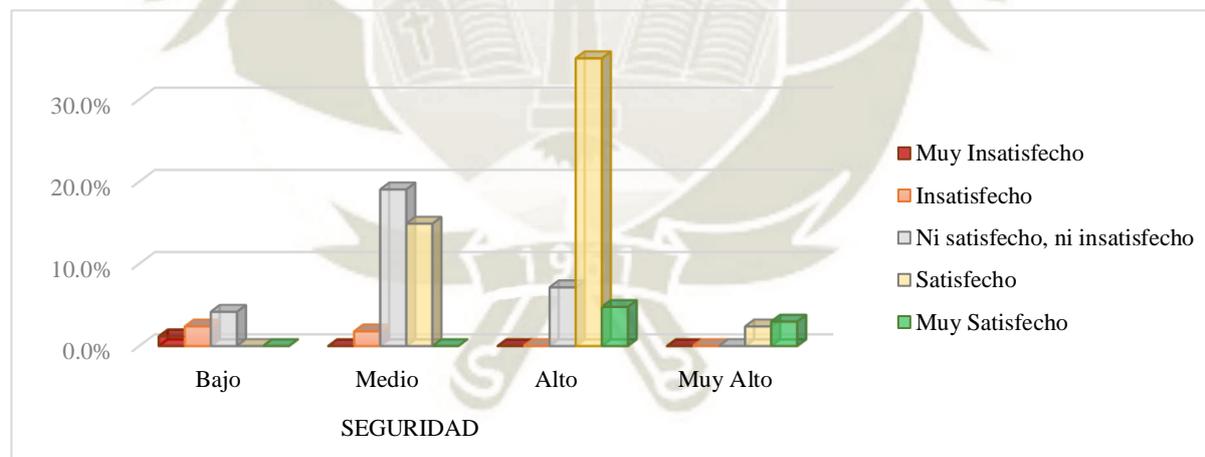
Tabla 25

Contingencia cruzada: Seguridad y Satisfacción del Estudiante

		Satisfacción del Estudiante					Total	
		Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho		
Seguridad	Bajo	Recuento	2	4	7	0	0	13
		% del total	1.2%	2.4%	4.2%	0.0%	0.0%	7.7%
	Medio	Recuento	0	3	32	25	0	60
		% del total	0.0%	1.8%	19.0%	14.9%	0.0%	35.7%
	Alto	Recuento	0	0	12	66	8	86
		% del total	0.0%	0.0%	7.1%	39.3%	4.8%	51.2%
	Muy Alto	Recuento	0	0	0	4	5	9
		% del total	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	3.0%	5.4%
	Total	Recuento	2	7	51	95	13	168
		% del total	1.2%	4.2%	30.4%	56.5%	7.7%	100.0%

Figura 25

Contingencia cruzada: Seguridad y Satisfacción del Estudiante



La Tabla 25 y Figura 25, demuestran que de la población de estudiantes encuestados el 19,0% con satisfacción neutra, perciben un nivel de calidad Medio en relación a la clase dimensional: Seguridad; de los grupos que perciben un nivel Alto respecto a la dimensión Seguridad, el 39,3% muestra una satisfacción de nivel Alto (Satisfecho) y el 4,8% muestra una satisfacción de nivel Muy Alto (Muy Satisfecho).

3.2.7. *Contingencia cruzada: Empatía y Satisfacción del Estudiante*

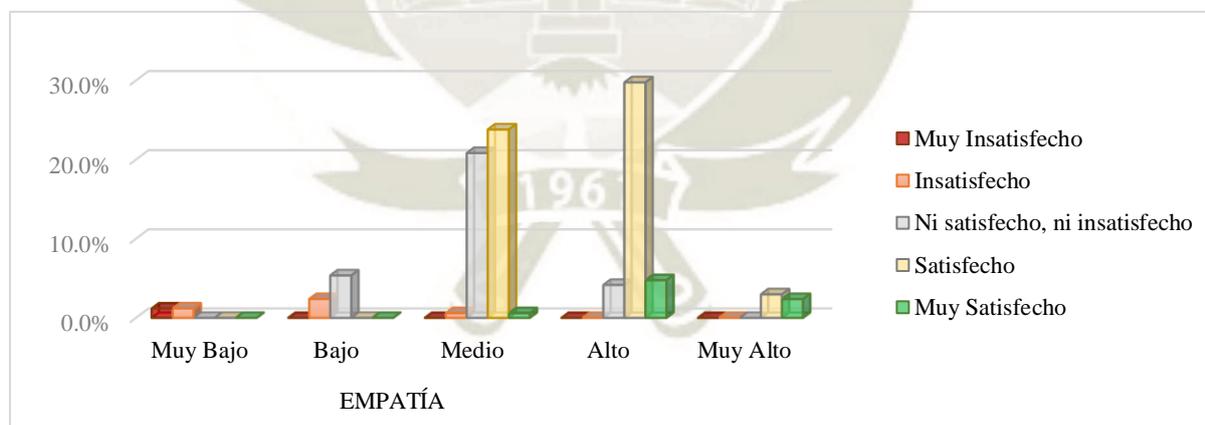
Tabla 26

Contingencia cruzada: Empatía y Satisfacción del Estudiante

		Satisfacción del Estudiante					Total	
		Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Muy Satisfecho		
Empatía	Muy Bajo	Recuento	2	2	0	0	0	4
		% del total	1.2%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%
	Bajo	Recuento	0	4	9	0	0	13
		% del total	0.0%	2.4%	5.4%	0.0%	0.0%	7.7%
	Medio	Recuento		1	35	40	1	77
		% del total		0.6%	20.8%	23.8%	0.6%	45.8%
	Alto	Recuento			7	50	8	65
		% del total			4.2%	29.8%	4.8%	38.7%
	Muy Alto	Recuento				5	4	9
		% del total				3.0%	2.4%	5.4%
Total	Recuento		2	7	51	95	13	168
	% del total		1.2%	4.2%	30.4%	56.5%	7.7%	100.0%

Figura 26

Contingencia cruzada: Empatía y Satisfacción del Estudiante



La Tabla 26 y Figura 26, muestra que, de la población de estudiantes encuestados, de los grupos que perciben calidad Media en relación a la clase dimensional: Empatía, el 20,8% muestra una satisfacción de nivel neutro y el 23,8% muestra un nivel de satisfacción Alto (Satisfecho); de los grupos que muestran un nivel Alto en la clase dimensional: Empatía, el 29,8% muestra una satisfacción de nivel Alto (satisfecho) y el 4,8% se muestra Muy Satisfecho.

3.3. ANÁLISIS DE INFERENCIA

3.3.1. Prueba de Distribución Normal

Planteamiento de las hipótesis de normalidad.

H₀: Las variables calidad percibida y satisfacción del estudiante tienen una distribución normal.

H_a: Las variables calidad percibida y satisfacción del estudiante no tienen una distribución normal.

Criterio de decisión.

En caso: $p \geq 0,05$; aceptamos H_0 y rechazamos H_a .

En caso: $p < 0,05$; rechazamos H_0 y aceptamos H_a .

Tabla 27

Prueba de Normalidad: Calidad de Servicio y Satisfacción del Estudiante

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.(p)	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de Servicio	0.307	168	0.000	0.818	168	0.000
Elementos Tangibles	0.272	168	0.000	0.835	168	0.000
Fiabilidad	0.311	168	0.000	0.821	168	0.000
Capacidad de Respuesta	0.285	168	0.000	0.839	168	0.000
Seguridad	0.304	168	0.000	0.822	168	0.000
Empatía	0.237	168	0.000	0.851	168	0.000
Satisfacción del Estudiante	0.324	168	0.000	0.809	168	0.000
Valor percibido	0.329	168	0.000	0.811	168	0.000
Expectativas	0.273	168	0.000	0.848	168	0.000
Conformidad	0.286	168	0.000	0.851	168	0.000

Análisis. En la Tabla 27 validamos la prueba de Kolmogorov-Smirnov al tratarse de una muestra mayor a 50. Al obtener la significancia ($p=0$) valor inferior a 0,05, rechazamos H_0 y aceptamos la H_a , lo cual nos indica que Las variables Calidad de Servicio y Satisfacción del Estudiante no tienen una distribución de tipo normal. Es por este motivo que, se utilizará estadística no-paramétrica, mediante el coeficiente Rho de Spearman.

3.3.2. *Análisis de Correlación o Co-variabilidad (Spearman)*

Criterios de Decisión

En caso: $p \geq 0,05$; aceptamos H_0 y rechazamos H_a .

En caso: $p < 0,05$; rechazamos H_0 y aceptamos H_a .

Nivel de significancia (α) = 0.05

Escala de coeficiente de correlación de Rho de Spearman (ρ)

Tabla 28

Escala del coeficiente Rho de Spearman (ρ)

RANGO (ρ)	RELACIÓN
-1.00	Correlación negativa perfecta
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
0.10	Correlación positiva muy débil
0.25	Correlación positiva débil
0.50	Correlación positiva media
0.75	Correlación positiva considerable
0.90	Correlación positiva muy fuerte
1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, Fernández, y Baptista, (2014, pág. 132). Elaboración propia, 2021.

3.3.2.1. Correlación referente a Calidad percibida y Satisfacción

Contrastación de Hipótesis General

H₀: Existe relación significativa entre la Calidad de Servicio percibida y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021.

H_a: No existe relación significativa entre la Calidad de Servicio percibida y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021.

Tabla 29

Matriz de Correlación Spearman (ρ): Calidad percibida y Satisfacción de los Estudiantes

<i>Correlaciones</i>			Satisfacción de los Estudiantes
Rho de Spearman	Calidad de Servicio	Coefficiente de Correlación (ρ)	,776**
		Sig. (bilateral) (p)	0.00
		N	168

** . La Correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Análisis. Debido a resultar como nivel de significancia $p = 0.00 < 0.05$, tenemos que:

Existe relación significativa entre la Calidad de Servicio percibida y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Esta relación es directa, es decir, a mayor Calidad de Servicio percibida, mayor Satisfacción de los estudiantes, además la relación es alta o positiva considerable (ρ) = 0.776**.

3.3.2.2. Correlación referente a Elementos Tangibles y Satisfacción de los Estudiantes

Contrastación de Hipótesis Específica

H₀: Existe relación significativa entre los Elementos Tangibles y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021.

H_a: No existe relación significativa entre los Elementos Tangibles y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021.

Tabla 30

Matriz de Correlación Spearman (ρ): Elementos Tangibles y Satisfacción de los Estudiantes

		Satisfacción de los Estudiantes	
Rho de Spearman	Elementos Tangibles	Coefficiente de Correlación (ρ)	,744**
		Sig. (bilateral) (p)	0.00
		N	168

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Análisis. Al obtener el valor para nivel de significancia $p = 0.0 < 0.05$, se establece que:

Existe relación significativa entre los Elementos Tangibles y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Esta relación es directa, es decir, a mayor nivel de Elementos Tangibles percibido, mayor Satisfacción de los estudiantes, además la relación es alta o positiva media (ρ) = 0.744**.

3.3.2.3. Correlación referente a Fiabilidad y Satisfacción de los Estudiantes

Contrastación de Hipótesis Específica

H₀: Existe relación significativa entre Fiabilidad y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021.

H_a: No existe relación significativa entre Fiabilidad y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021.

Tabla 31

Matriz de Correlación Spearman (ρ): Fiabilidad y Satisfacción de los Estudiantes

<i>Correlaciones</i>			Satisfacción de los Estudiantes
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coefficiente de Correlación (ρ)	,818**
		Sig. (bilateral) (p)	0.00
		N	168

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Análisis. Al obtener el valor para nivel de significancia $p = 0.0 < 0.05$, se establece que:

Existe relación significativa entre Fiabilidad y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Esta relación es directa, es decir, a mayor nivel de Fiabilidad percibida, mayor Satisfacción de los estudiantes, además la relación es alta o positiva considerable (ρ) = 0.818**.

3.3.2.4. Correlación referente a Capacidad de Respuesta y Satisfacción de los Estudiantes

Contrastación de Hipótesis Específica

H₀: Existe relación significativa entre Capacidad de Respuesta y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021.

H_a: No existe relación significativa entre Capacidad de Respuesta y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021.

Tabla 32

Matriz de Correlación Spearman (ρ): Capacidad de Respuesta y Satisfacción de los Estudiantes

		Satisfacción de los Estudiantes	
Rho de Spearman	Capacidad de Respuesta	Coefficiente de Correlación (ρ)	,900**
		Sig. (bilateral) (p)	0.00
		N	168

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Análisis. Al obtener el valor para nivel de significancia $p = 0.0 < 0.05$, se establece que:

Existe relación significativa entre Capacidad de Respuesta y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Esta relación es directa, es decir, a mayor nivel de Capacidad de Respuesta percibida, mayor Satisfacción de los estudiantes, además la relación es alta o positiva muy fuerte (ρ) = 0.900**.

3.3.2.5. Correlación referente a Seguridad y Satisfacción de los Estudiantes

Contrastación de Hipótesis Específica

H₀: Existe relación significativa entre Seguridad y Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021.

H_a: No existe relación significativa entre Seguridad y Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021.

Tabla 33

Matriz de Correlación Spearman (ρ): Seguridad y Satisfacción de los Estudiantes

		Satisfacción de los Estudiantes	
<i>Correlaciones</i>			
Rho de Spearman	Seguridad	Coefficiente de Correlación (ρ)	,931**
		Sig. (bilateral) (p)	0.00
		N	168

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Análisis. Al obtener el valor para nivel de significancia $p = 0.0 < 0.05$, se establece que:

Existe relación significativa entre Seguridad y Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Esta relación es directa, es decir, a mayor nivel de Seguridad percibida, mayor Satisfacción de los estudiantes, además la relación es alta o positiva muy fuerte (ρ) = 0.931**.

3.3.2.5. Correlación referente a Empatía y Satisfacción de los Estudiantes

Contrastación de Hipótesis Específica

H₀: Existe relación significativa entre Empatía y Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021.

H_a: No existe relación significativa entre Empatía y Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021.

Tabla 34

Matriz de Correlación Spearman (ρ): Empatía y Satisfacción de los Estudiantes

<i>Correlaciones</i>		
		Satisfacción de los Estudiantes
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de Correlación (ρ) ,920**
		Sig. (bilateral) (p) 0.00
		N 168

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Análisis. Al obtener el valor para nivel de significancia $p = 0.0 < 0.05$, se establece que:

Existe relación significativa entre Empatía y Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Esta relación es directa, es decir, a mayor nivel de Empatía percibida, mayor Satisfacción de los estudiantes, además la relación es alta o positiva muy fuerte (ρ) = 0.920**.

3.4. PUNTUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Tabla 35

Puntuación Instrumento de Calidad de servicio

<i>Dimensión</i>	<i>Ítem</i>	<i>Media</i>	<i>Coef. ρ</i>
<i>Elementos Tangibles</i>	I1 ¿La UNSAAC posee instalaciones y equipamientos (Edificaciones, Talleres, Laboratorios, Salones, Auditorios, Zonas Verdes, Baños) modernos y funcionamiento óptimo?	2.89	3.23 0.74
	I2 ¿La UNSAAC cuenta con una infraestructura digital para el manejo de materiales académicos y desarrollo de clases virtuales adecuados para su aprendizaje?	3.13	
	I3 ¿La UNSAAC provee ambientes atractivos que generan un entorno agradable para su desarrollo profesional?	3.27	
	I4 ¿La presentación personal de los catedráticos de la UNSAAC reflejan una apariencia pulcra?	3.48	
	I5 ¿La presentación personal del personal administrativo de la UNSAAC refleja una apariencia pulcra?	3.36	
<i>Fiabilidad</i>	I6 ¿El contenido académico propuesto por los catedráticos se desarrolla integralmente durante el semestre académico?	3.58	3.25 0.81
	I7 ¿Los servicios complementarios como biblioteca, enfermería, comedor, secretaría se prestan según lo establecido por la UNSAAC?	3.39	
	I8 ¿El servicio de Educación brindado por la UNSAAC es adecuado para el proceso de su formación como profesional?	3.48	
	I9 ¿Los horarios y plazos de las actividades académicas se cumplen según lo programado?	3.20	
	I10 ¿El personal administrativo de la UNSAAC cumple con la atención y trámites académicos sin errores y según plazos establecidos?	2.59	
<i>Capacidad de Respuesta</i>	I11 ¿Los catedráticos retroalimentan las diversas actividades académicas como evaluaciones, trabajos e inquietudes con prontitud?	3.34	3.18 0.90
	I12 ¿La UNSAAC da a conocer detalladamente todos los servicios que presta, así como los horarios para su atención?	3.46	
	I13 ¿Las consultas, solicitudes y trámites administrativos son atendidos diligentemente y con prontitud?	2.63	
	I14 ¿Los catedráticos de la UNSAAC están predispuestos a ayudar a los alumnos?	3.36	
	I15 ¿El personal administrativo de la UNSAAC está predispuesto a ayudar a los alumnos?	3.11	
<i>Seguridad</i>	I16 ¿Los catedráticos de la UNSAAC poseen experticia y actualización adecuada en conocimientos teóricos y prácticos?	3.26	3.22 0.93
	I17 ¿El personal administrativo de la UNSAAC tiene la capacidad para la atención y solución de problemas de los alumnos?	3.05	
	I18 ¿Los catedráticos de la UNSAAC promueven un ambiente de confianza que permite comunicación fluida con los alumnos?	3.17	
	I19 ¿Los catedráticos de la UNSAAC aplican conocimientos teóricos sujetos a la realidad de forma oportuna y clara?	3.39	
	I20 ¿Los catedráticos de la UNSAAC aplican criterios objetivos para la calificación en las asignaturas?	3.36	
	I21 ¿La UNSAAC promueve una mejora en el desempeño laboral de catedráticos y personal administrativo?	3.10	
<i>Empatía</i>	I22 ¿Los catedráticos la UNSAAC prestan atención personalizada a los alumnos cuando es requerida?	3.02	3.00 0.92
	I23 ¿El personal administrativo de la UNSAAC presta atención personalizada a los alumnos cuando es requerida?	2.82	
	I24 ¿Los catedráticos la UNSAAC conocen las necesidades de los alumnos?	2.75	
	I25 ¿El personal administrativo de la UNSAAC conoce las necesidades de los alumnos?	2.58	
	I26 ¿La UNSAAC proyecta compromiso en la formación integral y personal de los alumnos?	3.21	
	I27 ¿Los catedráticos la UNSAAC están comprometidos con un correcto aprendizaje, motivación y promueven la participación de los alumnos?	3.50	
	I28 ¿Los horarios de atención de los servicios que brinda la UNSAAC son cómodos y adecuados a las necesidades de los alumnos?	3.14	

Tabla 36

Puntuación Instrumento de Satisfacción del Estudiante

<i>Dimensión</i>	<i>Ítem</i>	<i>Media</i>	<i>Coef. ρ</i>	
<i>Valor Percibido</i>	I29 ¿El servicio que ofrece la UNSAAC es accesible?	3.54	3.29	0.80
	I30 ¿La UNSAAC ofrece un servicio de calidad que la diferencia y posiciona mejor en comparación a otras universidades?	3.36		
	I31 ¿La UNSAAC ofrece un servicio de calidad exclusivo, que no se perciben de otras universidades?	3.13		
	I32 ¿Los catedráticos de la UNSAAC cumplen satisfactoriamente su función al ser especialistas en sus materias?	3.46		
	I33 ¿El personal administrativo de la UNSAAC cumple satisfactoriamente su función al ser especialistas en su materia?	2.97		
<i>Expectativas</i>	I34 ¿El servicio que ofrece la UNSAAC satisface sus necesidades personales?	3.32	3.29	0.66
	I35 ¿Considera que su experiencia del servicio percibida en la UNSAAC, es satisfactoria?	3.26		
<i>Conformidad</i>	I36 ¿El servicio que ofrece la UNSAAC ha superado sus expectativas?	3.04	3.27	0.61
	I37 ¿Confía a plenitud en el servicio que le brinda la UNSAAC y lo recomendaría a otras personas?	3.50		

3.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Considerando el objetivo general que plantea determinar la relación existente en función de la Calidad del servicio percibida y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. se ha obtenido que los porcentajes más significativos respecto a Calidad de Servicio recaen en el nivel Alto y Medio (52,4% y 35,7% respectivamente).

Del mismo modo en la Satisfacción del Estudiante esta tendencia se repite, donde los mayores porcentajes recaen en el nivel Alto (Satisfecho) y Medio (Ni satisfecho, ni insatisfecho) (56,5% y 30,4% respectivamente).

Estos resultados nos dan un visión sobre el desempeño de la Facultad de Ingeniería de Minas - UNSAAC como un servicio integral, así como el grado de satisfacción de la población encuestada respecto de este servicio, que si bien son favorables, estos porcentajes deberían tender a mejorar como un objetivo organizacional de mejora continua, ya que los porcentajes de nivel 'Muy Alto' representan poco menos de la tercera parte de la población encuestada, evidenciando características, procesos y/o elementos de la organización bien percibidas, así también dificultades que deben ser consideradas a evaluar y plantear mejoras o cambios eficaces que como consecuencia tendrían un impacto positivo en la percepción de calidad del servicio y la satisfacción del estudiante.

Considerando los objetivos específicos planteados a partir de las cinco dimensiones o clases dimensionales de calidad percibida propuestas en el modelo Serv-Qual, Serv-Perf, tenemos las siguientes apreciaciones:

Para la dimensión de Elementos Tangibles, los porcentajes más representativos de la población encuestada respecto a esta dimensión, recaen en el nivel Alto y Medio (48,2% y 35,7% respectivamente). Estos valores nos dan a entender que las Instalaciones y Equipamientos son el subindicador donde existe el mayor porcentaje (36,9%) de población encuestada que lo percibe con menor nivel (Nivel bajo), por el contrario, Infraestructura Digital, Ambiente - Entorno y Presentación Personal, son percibidos en su mayoría con un nivel Alto.

En la dimensión de Fiabilidad, los porcentajes más representativos de la población encuestada respecto a esta dimensión, recaen en el nivel Alto y Medio (54,2%, 32,7% respectivamente). Estos valores nos dan a entender que la integridad de contenidos académicos, servicios complementarios, así como el cumplimiento de programación de horarios y plazos de atención, son en su mayoría percibidos de manera favorable.

Para la dimensión de Capacidad de Respuesta, los porcentajes más representativos de la población encuestada respecto a esta dimensión, recaen en el nivel Alto y Medio (48,2%, 36,3% respectivamente). Estos valores nos dan a entender que la Retroalimentación académica, Comunicación precisa de horarios - servicios y la predisposición para ayudar por docentes y personal administrativo en su mayoría son percibidos de manera favorable, a diferencia de la Respuesta eficiente a solicitudes y dudas que son percibidos como nivel bajo por más de la tercera parte de la población.

Para la dimensión de Seguridad, los porcentajes más representativos de la población encuestada respecto a esta dimensión, recaen en el nivel Alto y Medio (51,2%, 35,7% respectivamente). Estos valores nos dan a entender que la Experticia del Personal, Transmisión de confianza y Compromiso con los clientes son percibidos de manera favorable, a diferencia de la Capacidad para la solución de problemas, que es percibido como nivel medio por más de la tercera parte de encuestados.

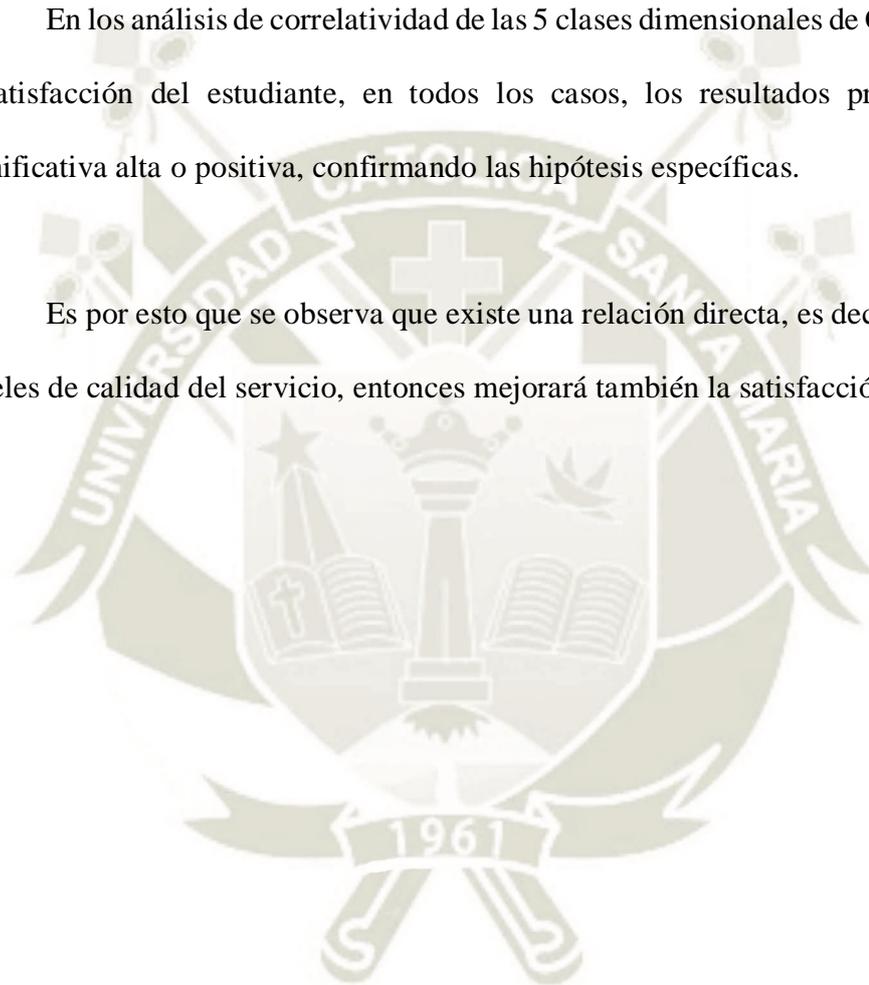
Para la dimensión de Empatía, los porcentajes más representativos de la población encuestada respecto a esta dimensión, recaen en el nivel Alto y Medio (38,7%, 45,8% respectivamente). Estos valores nos dan a entender que el Compromiso, Motivación y Horarios Adecuados son percibidos de manera favorable, a diferencia de la Atención Personalizada (30,4%) y Conocimiento de las necesidades (33,9%), que presentan grupo considerables con nivel de percepción baja.

Realizando una confrontación de los resultados encontrados en este estudio investigación en relación a antecedentes investigativos como los estudios sobre Calidad y satisfacción de los usuarios UNJFSC (Barrera,2019), podemos contrastar que existe una relación directa ‘Media Alta’ entre las variables. En la investigación de Calidad y satisfacción del cliente en supermercado plaza Veá Pte. Piedra (Alarcón, 2017), podemos contrastar que también existe una correlación o relación directa, en este caso ‘Media Baja’ en relación a la Calidad percibida y Satisfacción.

Finalmente considerando los resultados de Análisis de Correlación entre variables, se ha obtenido una relación significativa (alta o positiva considerable $\rho = 0.776$) entre Calidad del servicio percibida y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021, confirmando la hipótesis general.

En los análisis de correlatividad de las 5 clases dimensionales de Calidad percibida y satisfacción del estudiante, en todos los casos, los resultados presentan relación significativa alta o positiva, confirmando las hipótesis específicas.

Es por esto que se observa que existe una relación directa, es decir, si mejoran los niveles de calidad del servicio, entonces mejorará también la satisfacción del estudiante.



CONCLUSIONES

Primera. Al realizar los análisis estadísticos en relación al Objetivo General planteado, se confirma la hipótesis en el sentido que: Existe relación significativa entre la Calidad del servicio percibida y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Habiendo obtenido un grado de correlación (ρ) alto o positivo considerable (0.776) y un nivel de Significancia 0.

Segunda. Al realizar los análisis estadísticos en base al Objetivo Específico, considerando la clase dimensional de Elementos Tangibles planteada, se realiza la validación de la hipótesis específica: afirmando la existencia de una relación significativa en función a Elementos Tangibles y Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Habiendo obtenido un grado de correlación (ρ) alto o positivo medio (0.744) y un nivel de Significancia 0.

Tercera. Al realizar los análisis estadísticos en base al Objetivo Específico, considerando la clase dimensional de Fiabilidad planteada, se realiza la validación de la hipótesis específica: afirmando la existencia de una relación significativa en función a Fiabilidad y Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Habiendo obtenido un grado de correlación (ρ) alto o positivo considerable (0.818) y un nivel de Significancia 0.

Cuarta. Al realizar los análisis estadísticos en base al Objetivo Específico, considerando la clase dimensional de Capacidad de Respuesta planteado, se realiza la validación de la hipótesis específica: afirmando la existencia de una relación significativa en función a Capacidad de Respuesta y Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Habiendo obtenido un grado de correlación (ρ) alto o positivo muy fuerte (0.90) y un nivel de Significancia 0.

Quinta. Al realizar los análisis estadísticos en base al Objetivo Específico, considerando la clase dimensional de Seguridad planteada, se realiza la validación de la hipótesis específica: afirmando la existencia de una relación significativa en función a Seguridad y Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Habiendo obtenido un grado de correlación (ρ) alto o positivo muy fuerte (0.930) y un nivel de Significancia 0.

Sexta. Al realizar los análisis estadísticos en base al Objetivo Específico, considerando la clase dimensional de Empatía planteada, se realiza la validación de la hipótesis específica: afirmando la existencia de una relación significativa en función a Empatía y Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021. Habiendo obtenido un grado de correlación (ρ) alto o positivo muy fuerte (0.920) y un nivel de Significancia 0.

RECOMENDACIONES

Primera: Recomendar al director del departamento de Ingeniería de Minas, de la Facultad de Ingeniería Geológica, Minas y Metalúrgica de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, que considere evaluar el desempeño laboral del personal administrativo responsable de atención y trámites académicos, así como replantear los procesos y perfiles desfavorables al escenario actual, con la finalidad de optimizar su eficacia y eficiencia en el servicio brindado. Siendo esta la característica con mayor desaprobación y a su vez de gran importancia para mejorar la buena impresión y confianza en los estudiantes.

Segunda: Diseñar un plan de capacitación para el personal docente y administrativo orientado a temas sobre calidad del servicio, cultura organizacional, clima laboral, habilidades blandas, empatía, trabajo en equipo y satisfacción del usuario. Estas capacitaciones tienen como objetivo brindar las herramientas necesarias para que el personal pueda reconocer y mejorar sus propias habilidades y que a su vez mejoren el desempeño en sus respectivas funciones, a través de la construcción de mejores relaciones interpersonales con el equipo de trabajo y propicie una mejor experiencia para los estudiantes.

Tercera: Mejorar el mantenimiento de las diferentes áreas como Oficinas, Talleres, Laboratorios, Salones, Auditorios, Zonas Verdes, Baños, asegurando que se puedan tener las mejores condiciones y control apropiado respecto a características como temperatura, humedad, ventilación, iluminación y ruido, con la finalidad de desarrollar y mantener un ambiente cómodo y óptimo tanto para el desarrollo de las diversas actividades de estudiantes y la prestación del servicio de los colaboradores.

Cuarta: Implementar un sistema CRM complementario a los sistemas de información utilizados, para hacer más eficiente el manejo de información del ciclo de vida del estudiante, desde la captación, años de estudio y egresado, logrando gestionar eficientemente a través de esta herramienta solicitudes, quejas, expedientes, problemas, carreras de interés, seguimiento de graduados logrando personalizar el servicio.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Alvi, I. (s/f). *Assessing quality of higher senior secondary school management and administration services with special emphasis on the use of ICT: Viewpoint of students*. Amity.edu. <https://amity.edu/UserFiles/admaa/ec871Paper%204.pdf>
- Arias Coello, A. (2013). *Calidad de los servicios y satisfacción del usuario*. Universidad Complutense de Madrid
- Camacho Castellanos J. C. (2008). *Marketing de Servicios*. Editorial Academia Española.
- Conde Pérez, E. M., & Covarrubias Ramírez R. (2014). *La gestión de marketing y la orientación al mercado*. Universidade Nove de Julho Brasil.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERV-PERF versus SERV-QUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125. <https://doi.org/10.2307/1252256>
- Duque Oliva E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 24, 225-229 <https://www.researchgate.net/publication/285787177>
- Fraiz Brea, J. A., & Alén González, M. E (2006). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor: su evaluación en el ámbito del turismo termal. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 12(1), 251–272.
- Gonzales López L. (2015). *Satisfacción y motivación en el trabajo*.

- Guillermo Agama F. F. (2018). *Calidad de servicio percibido y satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Hernández Palma, H., Barrios Parejo, I., & Martínez Sierra, D. (2018). Gestión de la calidad: Elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio libre*, 16(28), 169–185.
- Kotler, P., Armstrong G. (2013). *Fundamentos de marketing*.
<https://elevaciondigital.pe/wp-content/uploads/2021/04/kot-mtk.pdf>
- Luna Pérez, F. (2016). *Aplicación del modelo SERV-PERF para la medición de la percepción sobre la calidad del servicio de la educación superior*. Universidad Francisco de Paula Santander.
<https://revistas.ufps.edu.co/index.php/ecomatematico/article/view/1381/1353>
- Molino Cortés, J. P. D. (2011). Modelo Q+4D: Cómo medir la satisfacción del cliente más allá de la calidad percibida. AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación. <https://elibro.net/es/lc/unsaac/titulos/53560>
- Mora Contreras, C. E. (2011). *La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor*.
<https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Moros Ochoa A. M. (2010). *Impacto de las nuevas tecnologías en la calidad de servicio del sector bancario y su influencia en la satisfacción del cliente. Caso de estudio: Banco Sofitasa-Venezuela*. Universidad de Deusto.
- Paredes Núñez, J. (2013). *Manual para la Investigación Científica*.

Prats Darder, P. (2011). Métodos para medir la satisfacción del cliente. AENOR -

Asociación Española de Normalización y Certificación.

<https://elibro.net/es/lc/unsaac/titulos/53565>

Ramos Farroñán, E. V., Mogollón García, F. S., Santur Manuel, L., & Cherre Morán, I.

(2021). El modelo Serv-Perf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Universidad y Sociedad*, 12(2), 417-423.

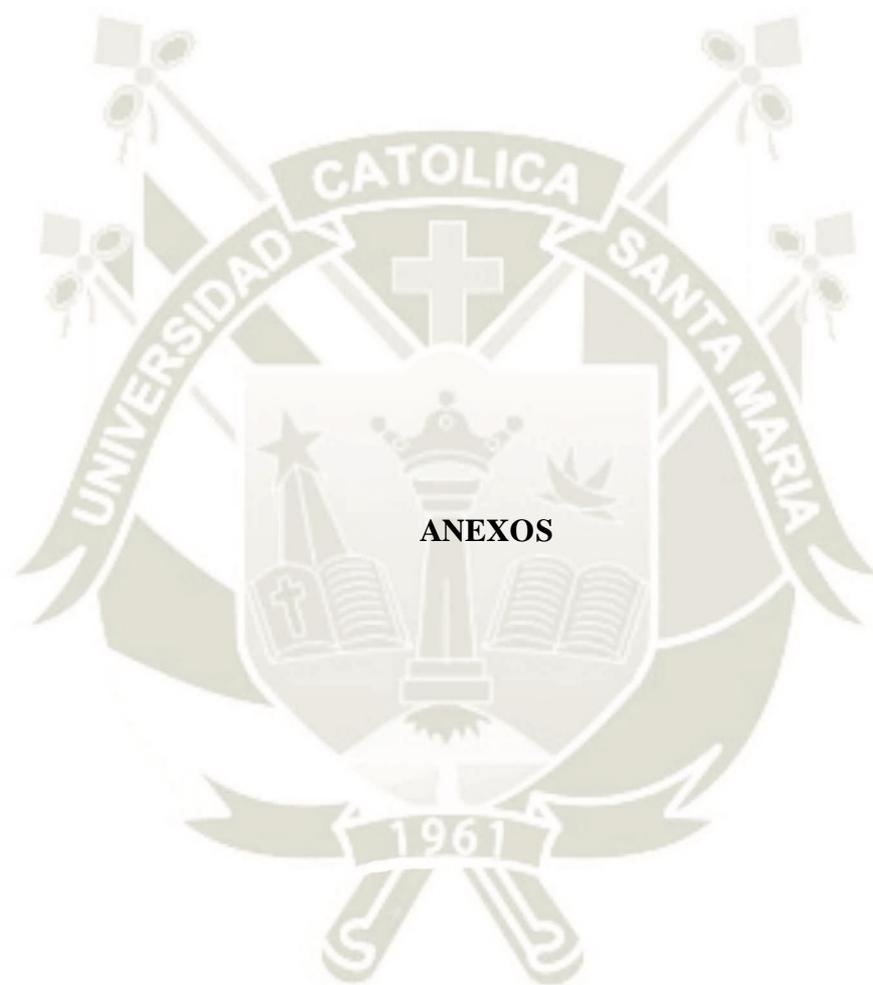
Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a ed.). McGraw-Hill.

Salazar Llamarte, C., Clemenza, C., & Salazar Velásquez, O. (2009). Calidad de servicio en la gestión organizacional de las maestrías en gerencia de la región zuliana. *Revista Arbitrada Formación Gerencial*, 8(1).

<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rafg/article/view/792>

UNSAAC - UNIDAD DE ESTADÍSTICA (2021). *Compendio Estadístico 35*

<https://drive.google.com/file/d/19uAx-Lv3iNQMuIySV2mJZiX4CsDDScA/view>



ANEXO I: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable	Dimensiones	Metodología
<p>• ¿Qué relación existe entre la Calidad de Servicio percibida y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021?</p>	<p>Establecer la relación existente en función de los elementos tangibles y la satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.</p>	<p>Es probable que exista relación entre la calidad de servicio percibida y la satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.</p>	<p>Calidad del Servicio Percibida</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementos Tangibles ▪ Fiabilidad ▪ Capacidad de respuesta ▪ Seguridad ▪ Empatía 	<p>Tipo de Investigación. Investigación no experimental, transversal, descriptivo – correlacional.</p>
Problema Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Variables	Dimensiones	<p>Muestra: 168 estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco 2021.</p> <p>Estrategia de recolección de datos: Documental: Para el desarrollo del marco teórico, revisando bibliografía especializada en el tema de investigación</p> <p>Instrumentos de recolección de datos: Encuestas para medir la calidad de servicio percibida y satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.</p>
<p>• ¿Cómo se relacionan los Elementos Tangibles y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021?</p>	<p>Establecer la relación existente en función de los elementos tangibles y la satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.</p>	<p>Es probable que exista relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.</p>	<p>Satisfacción del Estudiante</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valor Percibido ▪ Expectativas ▪ Conformidad 	
<p>• ¿Cómo se relacionan la Fiabilidad y la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021?</p>	<p>Determinar la relación existente en función de la fiabilidad y la satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.</p>	<p>Es probable que exista relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.</p>			

• ¿En qué medida la Capacidad de Respuesta se relaciona con la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021?

Definir la relación existente en función de la capacidad de respuesta y la satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.

Es probable que exista relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.

• ¿En qué medida la Seguridad se relaciona con la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021?

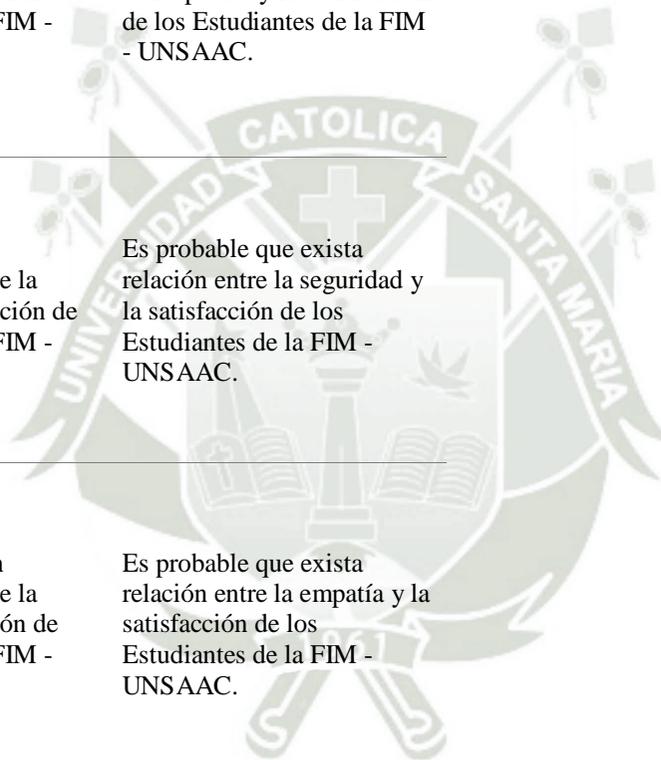
Establecer la relación existente en función de la seguridad y la satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.

Es probable que exista relación entre la seguridad y la satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.

• ¿En qué medida la Empatía se relaciona con la Satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC, Cusco, 2021?

Determinar la relación existente en función de la empatía y la satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.

Es probable que exista relación entre la empatía y la satisfacción de los Estudiantes de la FIM - UNSAAC.



Fuente: Elaboración propia, 2021

ANEXO II: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR PROFESIONALES

Página 1 de 1

Informe de Opinión de Expertos del Instrumento de Investigación

I. Datos Generales.

<i>Nombre del Informante.</i>	MGT. URDAY CHAVEZ JOSE DANIEL
<i>Cargo.</i>	DOCENTE - UNSAAC
<i>Instrumento motivo de evaluación.</i>	Encuesta sobre la Calidad de Servicio percibida y Satisfacción de los Estudiantes
<i>Autor del Instrumento.</i>	Joseph Manuel Contreras Ramos
<i>Título del trabajo de Investigación</i>	Calidad del Servicio percibida y Satisfacción de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería de Minas de La Universidad Nacional San Antonio Abad Del Cusco (UNSAAC), Cusco, 2021.

II. Aspectos de Validación e Informe.

Indicadores	Criterios	Deficiente	Regular	Bueno	May Bueno	Excelente
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
<i>Claridad</i>	El lenguaje utilizado en el instrumento es el apropiado.					91%
<i>Objetividad</i>	El instrumento elaborado tiene coherencia y lógica.					93%
<i>Pertinencia</i>	Responde a las necesidades de la investigación.					91%
<i>Actualidad</i>	Adecuada para valorar aspectos y estrategias de mejora.					94%
<i>Suficiencia</i>	Existe coherencia entre indicadores y dimensiones.					92%
<i>Intencionalidad</i>	Estima las estrategias que responden al propósito en la investigación.					91%
<i>Consistencia</i>	Los ítems del instrumento son propios del campo que se está investigando.					92%
<i>Coherencia</i>	La estructura del instrumento es la adecuada para quienes está dirigido.					92%
<i>Metodología</i>	Los ítems del instrumento realmente medirán lo planificado.					92%

III. Opinión para aplicar el instrumento.

¿Qué aspectos se tendrían que modificar, aumentar o excluir en los instrumentos de investigación?

IV. Promedio de Valoración. 92%

Fecha: 13/07/2021


Autor del Instrumento

Validado por: 
Mgt. Urday Chavez Jose D.
DNI: 29506771

Informe de Opinión de Expertos del Instrumento de Investigación

I. Datos Generales.

<i>Nombre del Informante.</i>	My. Odilón Contreras Arana
<i>Cargo.</i>	Docente - UNSAAC.
<i>Instrumento motivo de evaluación.</i>	Encuesta sobre la Calidad de Servicio percibida y Satisfacción de los Estudiantes
<i>Autor del Instrumento.</i>	Joseph Manuel Contreras Ramos
<i>Título del trabajo de Investigación</i>	Calidad del Servicio percibida y Satisfacción de los estudiantes de la Facultad de Ingeniería de Minas de La Universidad Nacional San Antonio Abad Del Cusco (UNSAAC), Cusco, 2021.

II. Aspectos de Validación e Informe.

Indicadores	Criterios	Deficiente	Regular	Buena	May Buena	Excelente
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
<i>Claridad</i>	El lenguaje utilizado en el instrumento es el apropiado.					92%
<i>Objetividad</i>	El instrumento elaborado tiene coherencia y lógica.					90%
<i>Pertinencia</i>	Responde a las necesidades de la investigación.					90%
<i>Actualidad</i>	Adecuada para valorar aspectos y estrategias de mejora.					90%
<i>Suficiencia</i>	Existe coherencia entre indicadores y dimensiones.					92%
<i>Intencionalidad</i>	Estima las estrategias que responden al propósito en la investigación.					90%
<i>Consistencia</i>	Los ítems del instrumento son propios del campo que se está investigando.					90%
<i>Coherencia</i>	La estructura del instrumento es la adecuada para quienes está dirigido.					92%
<i>Metodología</i>	Los ítems del instrumento realmente medirán lo planificado.					90%

III. Opinión para aplicar el instrumento.

¿Qué aspectos se tendrían que modificar, aumentar o excluir en los instrumentos de investigación?

IV. Promedio de Valoración. 91%

Fecha: 16-07-2021


Autor del Instrumento

Validado por: 

My. Odilón Contreras Arana
DNI: 23823356

84	M	21-25	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3					
85	M	21-25	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	2	2	3	1	2	3	4	3	2	4	3	2	1	2	2	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4				
86	M	26-30	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
87	M	21-25	3	2	4	2	3	3	3	4	4	3	2	4	4	2	4	3	4	3	3	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3				
88	M	16-20	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3				
89	M	16-20	1	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	2	2	2	2	4	3	4	4	3	3	4	2	4	2	2	3	
90	M	16-20	1	4	3	4	3	4	4	4	3	3	1	3	3	2	4	2	2	1	3	4	3	4	1	1	2	1	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4		
91	F	21-25	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4			
92	M	16-20	3	2	2	2	4	3	4	2	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
93	M	26-30	3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4		
94	M	21-25	2	2	2	3	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	3	4	
95	F	21-25	2	2	1	2	3	3	3	4	3	4	1	2	1	1	1	1	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	
96	M	16-20	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
97	M	21-25	1	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4	2	4	3	2	2	3	4	3	4	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	4	2	4	3	3	3	
98	M	16-20	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	2	3	3	3	
99	M	21-25	1	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
100	M	16-21	3	2	2	3	2	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2	4	3	3	4	2	3	3	3	3	
101	M	31 a más	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	1	2	2	
102	M	21-25	1	2	3	2	3	2	3	2	2	3	1	3	3	1	4	3	1	2	3	2	2	1	3	3	1	1	1	3	2	3	3	3	3	1	2	3	3	2	3
103	M	21-25	2	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	
104	M	16-20	4	2	2	2	4	2	3	4	4	4	2	3	4	2	3	2	2	2	3	2	4	3	2	3	2	2	1	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4
105	M	21-25	2	3	3	4	2	2	4	1	2	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	
106	M	21-25	1	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	
107	M	21-25	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	
108	M	21-25	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	
109	M	16-20	4	1	3	2	4	4	4	2	4	4	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	2	3	3	4	4	4	4	2	2	4	3	4	3	3	4
110	M	16-20	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	
111	M	16-20	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
112	M	16-20	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	4	2	3	2	3	2	4	3	3	
113	M	26-30	1	2	4	4	3	4	3	4	4	3	5	5	4	2	3	4	4	2	3	4	5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	1	2	3	
114	M	16-27	5	5	3	4	4	5	5	5	2	5	2	2	5	2	4	2	2	2	2	4	3	4	2	4	2	2	4	4	4	3	5	5	2	2	4	2	4	4	4
115	M	26-30	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
116	M	21-25	3	5	5	2	4	5	4	5	4	2	2	4	5	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	4	1	3	2	1	1	1	1	1	2	2
117	M	26-30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	2	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
118	M	16-20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
119	M	16-20	2	4	4	4	4	4	4	1	5	4	2	4	4	1	4	1	4	5	3	2	4	1	2	1	1	1	4	4	4	4	5	4	4	1	3	4	4	5	
120	M	16-20	3	3	3	4	2	2	4	1	2	3	4	4	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
121	F	16-39	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	2	2	2	2	4	3	4	4	3	3	4	2	4	2	2	3	
122	M	21-25	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	
123	M	16-20	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
124	M	16-36	3	2	1	2	1	1	2	2	3	4	2	3	3	1	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	1	1	3	1	1	3	3	2	2	2	2	2	1	2	
125	M	21-25	4	2	2	2	4	3	4	2	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
126	M	21-25	3	4	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4	2	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4
127	M	26-30	2	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	5	5	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	5	3	3	2	3	3	
128	M	21-25	5	3	4	4	4	3	2	4	2	2	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	2	3	4	3	3	4	3	4	

129	F	21-25	1	2	2	3	3	3	4	3	2	4	2	4	5	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	4	3	4	4	2	3	3	4	3	2	4										
130	M	21-25	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3	2	3	3	3	2	2	1	2	2								
131	M	21-25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4									
132	M	26-30	4	2	2	3	2	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4									
133	M	21-25	2	2	3	2	4	4	4	2	4	1	3	2	2	3	4	4	2	2	3	4	4	2	3	3	4	3	2	4	2	4	3	2	2	3	1	2	2								
134	M	21-25	4	2	3	1	3	2	4	3	1	4	2	2	3	2	2	4	2	3	2	3	2	3	1	2	1	2	2	3	4	2	2	3	4	2	1	3	2	3							
135	M	26-30	3	4	2	4	4	4	3	3	4	2	3	4	1	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	2	2	2	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4								
136	M	16-20	3	2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	2	4					
137	M	26-30	2	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4					
138	M	21-25	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3					
139	M	21-25	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3					
140	M	16-31	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	3	5	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	2	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5				
141	M	16-20	1	3	4	4	3	4	5	5	4	4	2	4	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4				
142	M	21-25	2	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
143	M	16-20	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	4	2	2	4	2	4	2	4	2	4	4	4	2	4	2	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
144	M	26-30	4	2	2	3	4	4	4	2	2	4	4	4	2	2	5	2	4	2	4	4	3	3	2	1	4	1	3	4	5	4	3	2	4	4	4	3	2	2	3	2	3				
145	M	16-37	1	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4				
146	M	16-20	1	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4		
147	M	21-25	4	2	2	3	2	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	2	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3			
148	M	21-25	4	2	1	4	4	1	1	2	1	2	1	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	1	2	4	2	4	4	4	4	4	3	2	3	4	2	3	2	3	1	1			
149	M	16-20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
150	M	21-25	1	3	2	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4			
151	M	16-23	4	2	4	2	3	3	3	4	4	3	2	4	4	2	4	3	4	3	3	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3			
152	M	21-25	3	2	2	4	3	4	2	2	4	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	1	4	5	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4			
153	M	16-33	3	4	4	3	4	3	3	4	1	1	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	1	1	4	4	2	4	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2			
154	M	16-34	1	2	2	3	3	2	4	3	4	2	2	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4		
155	M	21-25	5	2	2	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
156	M	16-20	4	3	2	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
157	M	21-25	2	1	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	4	2	3	3	2	4	2	4	3	2	2	2	3	3	4	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	4	4		
158	M	21-25	1	3	3	4	2	2	4	1	2	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	4	4			
159	M	21-25	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	1	3	3	2	4	2	2	1	3	4	3	4	1	1	2	1	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4		
160	M	21-25	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
161	M	16-24	2	2	2	2	4	2	3	4	4	4	2	3	4	2	3	2	2	2	3	2	4	3	2	3	2	2	1	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4		
162	M	16-25	2	4	3	4	4	4	4	2	4	3	2	2	3	1	2	3	4	3	2	4	3	2	1	2	2	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
163	M	21-25	4	3	2	4	4	3	4	5	4	2	2	1	3	2	1	3	3	4	4	2	2	4	4	4	2	5	2	4	3	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
164	M	26-30	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
165	M	21-25	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
166	M	16-22	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	1	3	3	1	4	3	1	2	3	2	2	1	3	3	1	1	1	3	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3		
167	M	21-25	3	2	3	3	2	4	4	4	4	1	4	4	3	4	3	4	4	3	2	2	4	3	2	3	2	4	4	4	1	2	1	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
168	M	26-30	2	2	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	2	3	2	4	2	4	3	3	4	4	4	2	2	2	2	3	3	4	4	4	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3