



**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL, SISTEMAS E
INFORMÁTICA**

TESIS

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE
LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ
CARRIÓN – HUACHO, 2016.**

Para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial

Presentado por:

CÉSAR WILFREDO VÁSQUEZ TREJO

Asesor:

Dr. VÍCTOR MANUEL COLLANTES ROSALES

Huacho - Perú



Vicerrectorado de Investigación
Repositorio Institucional

Resolución N° 062-2013-VRI-UNJFSC

Tesis de Pregrado

Ley N° 30035 Ley que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE
LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ
CARRIÓN – HUACHO, 2016.**



Vicerrectorado de Investigación
Repositorio Institucional

Resolución N° 062-2013-VRI-UNJFSC

Tesis de Pregrado

Ley N° 30035 Ley que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

PRESIDENTE

Ing. César Armando Díaz Valladares

SECRETARIO

Ing. Víctor Fredy Espezúa Serrano

VOCAL

Ing. Ulises Robert Martínez Chafalote

ASESOR

Dr. Víctor Manuel Collantes Rosales



DEDICATORIA

A Dios:

Jehová y su hijo Jesucristo por darme su infinito amor y salud para lograr mis objetivos.

A mi Madre

Lucinda por todo el amor y dedicación que me dio, en mis primeros años motivando en mí ser una persona de bien.

A mi esposa

Nélida por acompañarme y no permitirme flaquear o declinar ante ninguna dificultad, para poder lograr una prosperidad para nuestros hijos: Andrea y Neptalí.



AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento muy especial al Dr. Víctor Manuel Collantes Rosales, por su valioso aporte y orientación académica, científica para la realización de la presente tesis.



ÍNDICE DE CONTENIDO

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1 Descripción de la realidad problemática	15
1.2 Formulación del problema	16
1.2.1. Problema general	17
1.2.2. Problemas específicos	17
1.3 Objetivos de la investigación	18
1.3.1. Objetivo general	18
1.3.2. Objetivos específicos	18
1.4 Justificación de la investigación	19
1.4.1 Justificación teórica	19
	vi



1.4.2 Justificación práctica	19
1.4.3 Justificación Social	19
1.5 Delimitaciones del estudio.....	20
1.6 Viabilidad del estudio.....	20
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	22
2.1 Antecedentes de la investigación.....	22
2.1.1 A nivel Internacional	22
2.1.2 A nivel Nacional.....	25
2.2 Bases Teóricas	29
2.2.1 La Calidad de Servicio	29
2.2.2 Satisfacción del Usuario	40
2.2.3 La Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.....	45
2.3 Definiciones conceptuales	47
2.4 Formulación de las Hipótesis	50
2.4.1 Hipótesis General	50
2.4.2 Hipótesis Específicas.....	50
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	52
3.1. Diseño metodológico.....	52
3.1.1 Diseño de la investigación.....	52
3.1.2 Tipo de investigación.....	53
3.1.3 Enfoque de la investigación.....	53
3.1.4 Nivel de investigación	53
3.2. Población y muestra.....	53
3.2.1 Población	53
3.2.2 Muestra	54
3.3 Operacionalización de Variables	56



3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	57
3.4.1 Técnicas	57
3.4.2. Descripción de los Instrumentos.....	57
3.4.2. Validez y Confiabilidad de los instrumentos.....	58
3.5 Técnicas para el procesamiento de la información.....	62
3.5.1 Tratamiento estadístico.....	63
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	65
4.1. Análisis Descriptivo	65
4.1.1. De la variable Calidad de servicio	65
4.1.2 De la variable Satisfacción de los Usuarios.....	71
4.2 Análisis Inferencial.....	72
4.2.1 Contratación de la Hipótesis General.....	73
4.2.2 Contratación de la Hipótesis Específicas	75
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
5.1 Discusiones	86
5.2 Conclusiones.....	87
5.3 Recomendaciones	90
CAPÍTULO VI: LISTA DE REFERENCIAS.....	92
ANEXOS.....	91





ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Nivel de validez del instrumento según el juicio de expertos	59
Tabla 2. Valores de los niveles de Validez.....	60
Tabla 3. Estadístico de fiabilidad	61
Tabla 4. Interpretación de la magnitud del coeficiente de confiabilidad.....	61
Tabla 5. Interpretación de coeficiente de correlación de Pearson o Spearman	64
Tabla 6. Niveles Alcanzado en la calidad de servicio	65
Tabla 7. Nivel alcanzado en la Dimensión Elementos Tangibles	66
Tabla 8. Niveles alcanzado en la Dimensión Confiabilidad.....	67
Tabla 9. Nivel Alcanzado en la Dimensión Capacidad de respuesta	68
Tabla 10. Niveles alcanzado en la dimensioe seguridad	69
Tabla 11. Niveles alcanzados en la dimensión Empatía.....	70
Tabla 12. Niveles alcanzados en la satisfacción de los usuarios	71
Tabla 13. Resultados de la Prueba de bondad de ajuste Kolmogorov – Smirnov	73
Tabla 14. Relación entre la calidad de servicios y el nivel de satisfacción de los usuarios	74
Tabla 15. Relación entre los recursos tangibles y el nivel de satisfacción de los usuarios	76
Tabla 16. Relación entre la confiabilidad brindada y el nivel de satisfacción de los usuarios.....	78
Tabla 17. Relación entre la capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción de los usuarios.....	80
Tabla 18. Relación entre la seguridad mostrada y el nivel de satisfacción de los usuarios	82
Tabla 19. Relación entre la empatía brindad y el nivel de satisfacción de los usuarios	84



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema del Modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988. ..	37
Figura 2. Esquema del modelo SERVPERF de Cronin y Taylor, 1992	38
Figura 3. Niveles de calidad de servicio.....	66
Figura 4. Elementos tangibles	67
Figura 5. Confiabilidad.....	68
Figura 6 Capacidad de respuesta	69
Figura 7. Seguridad.....	70
Figura 8. Empatía	71
Figura 9 Niveles de satisfacción de los usuarios	72
Figura 10. La calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios	75
Figura 11. Los recursos tangibles y el nivel de satisfacción de los usuarios.....	77
Figura 12. La confiabilidad brindada y el nivel de satisfacción de los usuarios.	79
Figura 13. La capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción de los usuarios.....	81
Figura 14. La seguridad mostrada y el nivel de satisfacción de los usuarios.	83
Figura 15. La empatía brindada y el nivel de satisfacción de los usuarios.....	85



RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho. El diseño que se utilizó en la investigación fue No experimental, de tipo Aplicado y de un nivel descriptivo correlacional. La muestra estuvo conformada por 384 usuarios externos e internos, tanto varones como mujeres de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, a los cuales se les aplicó como instrumento de recolección de datos un cuestionario adaptado del modelo SERVPERF que consta de 22 ítems relacionadas con la calidad de servicio y 10 preguntas relacionadas con la satisfacción del usuario. Para el contraste de hipótesis se ha utilizado la prueba estadística no paramétrica Rho de Spearman que indica el grado de correlación entre la Calidad de servicio y la Satisfacción de los usuarios. Se obtuvo como resultado que el 49,0% de usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad, manifestaron que la calidad de servicio es regular, un 27,1% sostienen que es deficiente y un 24,0% que es bueno. Con respecto al nivel de satisfacción el 56,3 % de los usuarios encuestados manifestaron sentirse medianamente satisfecho, un 22,9% sostienen sentirse insatisfecho y un 20,8% que muestran sentirse satisfecho. Se llegó entre otras a las siguientes conclusiones: Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y en el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016., debido a la correlación de Spearman devuelve un valor de 0,694 representando una correlación positiva moderada. Es decir existe una tendencia que ilustra que cuando la Calidad de servicio es deficiente exista mayor insatisfacción de los usuarios; pero si existe una Calidad de servicio eficiente, entonces existe una mayor satisfacción de los usuarios



Palabras clave: Calidad, Servicio, Satisfacción y Usuarios.

ABSTRACT

The present research was to determine the relationship that exists between the quality of service and the satisfaction of the users of the National University José Faustino Sánchez Carrión de Huacho. The design that was used in the research was Non-experimental, of applied type and of a correlational descriptive level. The sample consisted of 384 external and internal users, both men and women of the National University José Faustino Sánchez Carrión, to whom they were applied as a data collection instrument a questionnaire adapted from the SERVPERF model that consists of 22 items related to the Quality of service and 10 questions related to user satisfaction. the hypothesis test, the non-parametric Rho test of Spearman was used, which indicates the degree of correlation between the Quality of Service and the Satisfaction of the users. The result was that 49.0% of users who presented themselves to perform some management at the University, stated that the quality of service is regular, 27.1% say that it is deficient and 24.0% that it is good . Regarding the level of satisfaction, 56.3% of the users surveyed said they felt moderately satisfied, 22.9% said they felt unsatisfied and 20.8% said they were satisfied. The following conclusions were reached among others: There is a significant relationship between the quality of service and the level of user satisfaction, of the National University José Faustino Sánchez Carrión -Huacho, 2016., because of the correlation Spearman returns a Value of 0.694 representing a moderate positive correlation. That is to say, there is a tendency that illustrates that when the Quality of service is deficient there is greater dissatisfaction of the users; But if there is an efficient Quality of Service, then there is a greater user satisfaction.



Keywords: Quality, Service, Satisfaction and Users.

INTRODUCCIÓN

Las Universidades Peruana se encuentran en un proceso de Licenciamiento Institucional y la Calidad de Servicio y Satisfacción del usuario son conceptos que van adquiriendo un gran valor, puesto que hoy se busca conocer qué es lo que un usuario busca de un servicio y a la vez cuál es el grado de satisfacción.

En tal sentido la presente investigación se ha realizado con el objetivo de conocer la relación que existe entre las variables Calidad de servicio y Satisfacción de los Usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Para tal efecto el estudio se ha dividido en cinco capítulos.

En el Capítulo I, comprende el planteamiento del problema de investigación, de su descripción de la realidad problemática, su formulación del problema general: ¿Cómo se relaciona la Calidad de Servicio y la satisfacción de los Usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión Huacho.2016? , a la propuesta de los objetivos, su justificación y las delimitaciones y viabilidad del trabajo de investigación.

El Capítulo II, está destinado para el marco teórico en el mismo que trata los antecedentes teóricos, las bases teóricas dentro del cual se ha considerado los temas relacionadas con las



variables en estudio tales como la Calidad de servicio y satisfacción de los Usuarios. Se ha consignado también las definiciones conceptuales básicas y la formulación de las hipótesis.

En Capítulo III, se refiere a la metodología de la investigación, en donde se establece el diseño, tipo, enfoque y nivel al que corresponde la investigación, así como la población y muestra de estudio, la operacionalización de variables, así como los instrumentos aplicados para la recolección de datos y el tratamiento estadístico.

El Capítulo IV, designado con el nombre de resultados de la investigación, está destinado a explicar el tratamiento estadístico realizando un análisis descriptivo e inferencial.

Finalmente en el Capítulo V, se consigna las discusiones y conclusiones a las que se ha arribado como resultado de todo el proceso de investigación, así como las recomendaciones pertinentes para el tratamiento de la problemática explicada y detallada en la presente investigación.

En esa perspectiva, los resultados de la presente investigación pretenden convertirse en conocimientos que, asumidos por las autoridades designadas de la gestión de la universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, se podrán constituir en una valiosa herramienta para mejorar la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios.



CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Durante estas últimas décadas las universidades públicas peruanas afrontan una diversidad de problemas, siendo el más resaltante la falta de calidad de servicios que ofrecen a sus usuarios, el cual se ha extendido a todos los ámbitos de las organizaciones públicas. La Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, no deja de estar inmersa de esta situación preocupante en la que la mayoría de sus oficinas de atención al público usuario presentan deficiencias como: Demora en la atención, deficiente comunicación entre el usuario y el personal administrativo, falta de personal capacitado y de una mala distribución del trabajo.

Toda esta situación se debe en buena medida, a una falta de preparación, coordinación y desarrollo de un plan de gestión estratégica de calidad de servicio por parte de las autoridades universitarias encargadas de mejorar la calidad de las instituciones de educación superior, principalmente en las Universidades Nacionales del Perú.



Actualmente, la mejora de la calidad en las Instituciones públicas ya no puede estar basada únicamente en la mejora de los sistemas internos de gestión (planificación, organización, dirección y control). Es necesario mejorarla pero desde el punto de vista del usuario, con la finalidad que él perciba y reciba un servicio tal como lo esperaba.

Si se continúa con esta situación, que repercute en forma directa en la satisfacción del público usuario generando un malestar generalizado y no se evalúa la calidad de servicio juzgada desde la perspectiva del usuario para luego superar el nivel de expectativas, se tendrán consecuencias de insatisfacción de los usuarios presentes y potenciales.

En el sentido de superar esta situación, es necesario disponer de una información adecuada que contengan aspectos relacionados sobre las necesidades de los usuarios, con el propósito de formular y posteriormente implementar un plan de mejora de gestión de la calidad de servicio en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión que se encuentra en un proceso de acreditación, como una estrategia que permita mejorar la atención al público con la finalidad de fidelizar al usuario, brindando una infraestructura adecuada, personal bien capacitado y buenas estrategias de organización. De esta forma se alcanzará altos estándares de calidad de atención al usuario, los cuales tendrán una buena satisfacción y preferencia por esta universidad.

1.2 Formulación del problema

Por lo expuesto anteriormente, estamos interesados en formular la siguiente Situación problemática.



1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016?

1.2.2. Problemas específicos

Los problemas específicos lo obtenemos a partir de las dimensiones de la variable calidad de servicio y la variable satisfacción de los usuarios. Se han planteado los siguientes problemas específicos:

- a. ¿En qué medida los recursos tangibles que ofrece la universidad se relacionan con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016?
- b. ¿En qué medida la confiabilidad brindada por el personal administrativo se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016?
- c. ¿En qué medida la capacidad de respuesta que demuestra el personal administrativo se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016?
- d. ¿En qué medida la seguridad mostrada en la atención por el personal administrativo se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016?



- e. ¿En qué medida la empatía brindada se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho, 2016?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la calidad de servicio y en el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

1.3.2. Objetivos específicos

- a. Determinar la medida en que los recursos tangibles que ofrece la universidad se relacionan con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016
- b. Establecer la medida en que la confiabilidad brindada por el personal administrativo se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016
- c. Precisar la medida en que la capacidad de respuesta que demuestra el personal administrativo se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho, 2016
- d. Determinar la medida en que la seguridad mostrada en la atención por el personal administrativo se relaciona con el nivel de satisfacción de los



usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho, 2016

- e. Determinar la medida en que la empatía brindada se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación teórica

El desarrollo de la presente investigación se justifica debido a que la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión necesita contar con información confiable respecto a la evaluación de la calidad de servicio que brinda a sus usuarios, lo cual permitirá que las autoridades universitarias propongan e implementen un plan de gestión de la calidad para mejorar la satisfacción y lograr la fidelidad de los usuarios, así como el posicionamiento en el mercado como una Institución Educativa Superior de calidad.

1.4.2 Justificación práctica

La presente investigación tiene implicancias prácticas porque al comprobar la relación existente entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, permitirá detectar las falencias de calidad para mejorar la satisfacción de los usuarios.

1.4.3 Justificación Social

La presente investigación es justificable socialmente porque sus resultados servirán para dar solución a una necesidad de los usuarios, puesto



que los elementos útiles que se proporcionará servirán para un óptimo desarrollo de la calidad de servicio la cual beneficiarán a todo el público usuario de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

1.5 Delimitaciones del estudio

La delimitación espacial corresponde al área geográfica del distrito de Huacho específicamente en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

La delimitación temporal corresponde a los años 2016 y 2017 periodo durante el cual se llevó a cabo el estudio.

1.6 Viabilidad del estudio

Para el desarrollo de la presente investigación se dispone de los recursos necesarios, como son: Los humanos, financieros y materiales, haciendo de esta manera viable la investigación.

Recursos Humanos: Se cuenta con la disponibilidad del recurso humano tanto para aplicar la encuesta y la colaboración de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Recursos Económicos: Se cuenta con los recursos económicos necesarios ya que el instrumento que se aplicará para la recolección de la información no incurre en gastos de transporte, alojamiento ni alimentación de los encuestadores porque no es necesario salir del Campus Universitario. Lo cual hace de muy bajo costo.

Recursos Materiales: Se cuenta con suficientes recursos materiales.



Ya que todos los aspectos necesarios de la viabilidad se cumplen, se llegó a la conclusión que es muy viable desarrollar la investigación, esperando obtener los resultados deseados.



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Se ha encontrado algunos antecedentes relacionados con la investigación:

2.1.1 A nivel Internacional

Pérez (2011) en su trabajo de investigación, previo a la obtención del título de Ingeniero de Empresas, titulado: La calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la cooperativa de transportes “Flota Pelileo” – Ambato Ecuador. Se planteo como **objetivo:** Determinar los factores que inciden en la calidad de servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en la cooperativa de transportes Flota Pelileo; El **tipo** de investigación que se utilizó fue No experimental de corte transversal descriptivo correlacional . La **muestra** estuvo constituida por 277 usuarios de transporte, a quienes se les aplicó una encuesta; llegándose entre otras a las siguientes **conclusiones:** El desarrollar estrategias de calidad del servicio es el principal factor de mejora para la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Transportes Flota Pelileo



tomando en cuenta que es muy importante en la creciente competencia. Determinar la situación actual en cuanto a la calidad del servicio, utilizando encuestas para lograr un mejor servicio. Analizar el grado de satisfacción del cliente, utilizando una investigación de campo que permita detectar las necesidades de los usuarios. Proponer Estrategias de Calidad de Servicio para mejorar la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Transportes Flota Pelileo.

Ramirez, Nigenda, & Nájera (1998) en la investigación: Percepción de la calidad de la atención de los servicios de salud en México: Perspectiva de los usuarios. Este trabajo de investigación tuvo como **Objetivo:** Describir la percepción de la calidad de la atención recibida por los usuarios en servicios ambulatorios de salud en México y analizar su relación con algunas características predisponentes y habilitadoras de la población usuaria. **Material y métodos:** La información analizada parte de la Encuesta Nacional de Salud II de 1994, que levantó información de 3 324 usuarios que acudieron a los servicios de salud en las dos últimas semanas previas a la encuesta. **Resultados:** Se encontró que 81.2% de los usuarios percibió que la atención recibida fue buena y 18.8% mala. Los principales motivos que definen la calidad como buena fueron: el trato personal (23.2%) y mejoría en salud (11.9%); en tanto que los motivos de mala calidad aludidos fueron: los largos tiempos de espera (23.7%) y la deficiencia en las acciones de revisión y diagnóstico (11.7%). Los que utilizaron servicios de seguridad social perciben 2.6 veces más frecuentemente mala calidad de atención que los que acudieron a servicios privados.



Para los usuarios, la calidad está representada por las características del proceso de atención (44.8%), del resultado (21.3%), de la estructura (18.0%), y de la accesibilidad (15.7%). Los motivos más importantes por los cuales los usuarios no regresarían al mismo lugar de atención fueron: no lo atendieron bien (18.2%) y los largos tiempos de espera (11.8%). **Conclusiones:** Los resultados sugieren profundizar en el conocimiento de la perspectiva poblacional, y determinar la necesidad de implementar en los servicios de salud acciones para la mejoría continua de la calidad de la atención.

Castillo, Marin, Álvarez, & Martín (2016) En su estudio titulado: Nivel de satisfacción de usuarios de la biblioteca de la Universidad de Ciencias Médicas de Las Tunas en Cuba, el estudio tuvo como **Objetivo:** evaluar el nivel de satisfacción que poseen los usuarios de la biblioteca de la Universidad de Ciencias Médicas de Las Tunas sobre los servicios recibidos durante el año 2015. **Métodos:** se realizó un estudio descriptivo transversal, en una muestra de 200 estudiantes y 125 profesores. Se aplicó un cuestionario para la recogida de la información. Las variables analizadas fueron: satisfacción de los usuarios y servicios prestados. **Resultados:** el 30,5 % de los estudiantes y el 20 % de los profesores visitaron la biblioteca varias veces a la semana. El préstamo de documentos es el servicio más conocido y utilizado, con un 96 y 75,2 %, respectivamente. El 100 % de los estudiantes y profesores escogen el libro como la fuente de información más utilizada. Se alcanza un grado de satisfacción de los servicios prestados de 84,5 % en los estudiantes y un 94,4 % en los profesores. **Conclusiones:** se observó buen nivel de satisfacción de los usuarios en la



mayoría de los servicios prestados por la biblioteca, siendo los más conocidos el préstamo de documentos y la búsqueda bibliográfica, en ese orden.

2.1.2 A nivel Nacional

Campos (2013), En su investigación titulada: Calidad de servicio percibido según modelo SERVQUAL, del hospital Santa María del socorro y su relación con la satisfacción de los pacientes. Esta es una investigación publicada en la revista Enfermería a la vanguardia por la facultad de enfermería de la Universidad Nacional san Luis Gonzaga de Ica, tuvo como **Objetivo:** Determinar la calidad del servicio de salud que brinda el Hospital Santa María del Socorro, según el modelo SERVQUAL. **Material y Métodos:** Es un estudio Descriptivo correlacional, Transversal, la muestra estuvo conformada por 216 usuarios nuevos de 15 - 75 años de edad seleccionados intencionalmente, Se aplicó la encuesta SERVQUAL para recolectar los datos, cuestionario integrado comprendido en 5 partes, y 48 preguntas, se determinó mediante Alfa Cronbach, cuyo resultado fue 0,884 Se utilizó la estadística descriptiva, la media aritmética y la desviación estándar, se procesó la información utilizando Excel y el software estadístico SPSS 13.1, se utilizó el analizador chi cuadrado, la hipótesis se probó mediante t de student con un 5% de error muestral y 95% de nivel de confianza. Vincula las variables: calidad de servicio y satisfacción del usuario. **Resultados:** El 75,4 % de los pacientes percibieron que el servicio de salud recibido fue de buena calidad, el 88,8% de ellos valoraron como buena las expectativas sobre la calidad de servicio, el 82,4%, de los pacientes manifestaron que estaban



satisfechos con la atención recibida. **Conclusiones:** La calidad de servicio que brinda el Hospital Santa María del Socorro es buena, pero debe orientarse hacia la excelencia, para disminuir la insatisfacción del 15,3% de usuarios, es conveniente mejorar la calidad de servicio en todas sus dimensiones poniendo énfasis en la confiabilidad, y empatía del personal de salud. Se debe conservar y mejorar la buena imagen que tiene el Hospital para el 82,4% de los usuarios, con un trabajo corporativo y gestión administrativa eficaz y de mejora continua del servicio que presta.

Armas (2012), en su tesis: Calidad de servicio y nivel de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Sanagorán- Departamento de La Libertad. El trabajo de investigación tuvo como Objetivo general determinar la influencia de la calidad de servicio en el nivel de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Sanagorán, para lo cual se formuló la siguiente interrogante: "¿De qué manera la calidad de servicio influye en el nivel de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Sanagorán?". Planteándose como respuesta al problema la siguiente hipótesis: La calidad de servicio influye de manera favorable en el nivel de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Sanagorán. Como material de estudio se consideró a los usuarios de la Municipalidad Distrital de Sanagorán (alrededor de 16 000); para determinar la muestra se aplicó el muestreo "no probabilístico accidental", cuyos elementos estuvieron conformados por 203 usuarios que utilizaron los servicios en un periodo de 30 días hábiles. Como instrumento de recolección de información se diseñó una encuesta, cuya estructura estuvo dividida en dos



partes. La primera, referida a la calidad de servicio y la segunda, referida a la satisfacción de los usuarios; ambas constituidas por 10 preguntas cada una. Como consecuencia del estudio se pudo llegar a la siguiente conclusión, que la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Sanagorán no es del todo satisfactoria, y esto se debe al fuerte contenido político en las decisiones que se toman y que no permiten mejorar los servicios que ofrece la Municipalidad.

Ibarra (2011), en su tesis de posgrado: Planeamiento estratégico y su relación con la gestión de la calidad en la Institución Educativa Kumamoto I N° 3092-Puente Piedra-Lima. Realizó un estudio cuyos objetivos fueron determinar la relación existente entre las dimensiones del planeamiento estratégico: Diagnóstico situacional y análisis FODA, con la gestión de la calidad. El diseño que utilizó en su investigación fue No experimental, de tipo básico y con un nivel de investigación correlacional. La muestra estuvo conformada por 65 docentes de la Institución educativa Kumamoto distribuidos de la siguiente manera. 24 de primaria y 41 de secundaria, a quienes se les aplicó dos cuestionarios estructurados como medición y que constó de dos aspectos: La evaluación del PEI, FODA y la gestión administrativa propiamente dicha, y la medición de la planeación, organización, dirección y control. Llegó entre otras a las siguientes *conclusiones*: Que existe relación significativa entre las dimensiones del planeamiento estratégico y la gestión de la calidad en dicha Institución Educativa. Por otro lado se comprobó que existe una participación muy escasa por parte de los docentes en los procesos de elaboración de los documentos de planificación estratégica.



Traverso (2008), en su tesis de maestría en administración y dirección de empresas titulada: Calidad de servicio y satisfacción dl usuario de ElectroSur S.A, en las regiones de Moquegua y Tacna. El objetivo de la investigación efectuada fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de ElectroSur S.A., en las regiones de Moquegua y Tacna. Para ello, la calidad de servicio se define sobre la base de la percepción de calidad que el cliente o usuario tiene del servicio eléctrico. Y la satisfacción del usuario se define sobre la base de la medida en que el servicio eléctrico permite al usuario realizar acciones cotidianas. El estudio parte del supuesto de que la percepción de la calidad del servicio influye significativamente en la satisfacción del usuario del servicio. Para efectos de la contratación de la hipótesis, el estudio se planteó como investigación no experimental, con diseño transaccional correlacional explicativo. Se trabajó con una muestra probabilística estratificada de 384 usuarios residentes en las ciudades de Tacna, Moquegua e Ilo. Para el trabajo de campo se utilizó un instrumento de elaboración propia, basado en el enfoque de métodos múltiples, validado por juicio de expertos. Como conclusión general se encontró que la calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción del usuario de ElectroSur. El estudio sirvió de orientación para que otros investigadores continúen el proceso de acercamiento al tema; así como para que funcionarios y ejecutivos relacionados con las empresas de servicios eléctricos y de servicios en general, alcancen un mejor entendimiento acerca de los principios que sustentan la satisfacción del cliente o usuario de un servicio.



2.2 Bases Teóricas

En el proceso de elaboración de los fundamentos teóricos de la relación de las variables: Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios, es necesario tratar previamente, pero de manera breve, la literatura base que permitirá sentar el marco teórico de algunos conceptos que contribuyan a esclarecer más estos fundamentos.

A continuación se enuncian los elementos teóricos que dan sustento a esta investigación:

2.2.1 La Calidad de Servicio

El primer paso para sistematizar la presente investigación, es comenzar definiendo la calidad.

2.2.1.1 Definición de calidad

Se proponen algunas definiciones relacionadas con la calidad para finalmente construir la más pertinente para el presente estudio. Horovitz (1991) señala que la calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido lograr para satisfacer a su clientela clave. Representa a su vez la medida en que se logra dicha calidad

Por otro lado Las Normas ISO 9000 (2000) definen la calidad como: El grado en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.

Montgomery (1985) sostiene que calidad es el grado en el que los productos y servicios cumplen con las exigencias de la gente que los utiliza. Dicho autor distingue entre calidad de diseño y calidad de conformidad. La



primera refleja el grado en que un producto o servicio posee aquellas características en las cuales se pensó al crearlo. La segunda refleja el grado en el cual el producto o servicio está de acuerdo con la intención del diseño.

Del mismo modo De la Parra (2006) afirma que la calidad se entiende por la acumulación de actos de servicios, es decir, la acumulación de experiencias satisfactorias repetidas. Es importante que la gente no compra productos sino satisfacciones, no existe por lo tanto la calidad sin servicio, sin satisfacción plena del cliente.

El concepto de calidad implica necesariamente juicios de valor. Es un concepto que contiene mucho de subjetividad, multidimensional o multivariable, lo que lleva a distinguir que existen distintas percepciones de los usuarios como docentes, alumnos, personal administrativo etc., distintos grados de calidad y distintas dimensiones o variables.

2.2.1.2 Servicio

Resulta complicado definir qué es un servicio ya que, a diferencia de los productos, no son tangibles, no pueden verse ni tocarse. En los servicios no se da la transferencia de la propiedad. Entre las muchas definiciones de servicio se encuentran las siguientes:

“Los servicios son actividades económicas que crean valor y proporcionan beneficios a los clientes en tiempos y lugares específicos como resultado de producir un cambio deseado en (o a favor de) el receptor del servicio” (Lovelok, 2001, p.4).



Actividad o serie de actividades que son de naturaleza intangible que normalmente, pero no necesariamente, toman lugar en las interacciones entre el cliente y los empleados y/o recursos o bienes físicos del proveedor del servicio, los cuales son suministrados como una solución a un problema del cliente (Gronroos, 1994).

En términos más aplicados, servicio es definido como: “Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” (Kotler , 1997, p. 656)

El servicio puede ser entendido entonces como una actividad de naturaleza intangible que se realiza a través de la interacción entre el usuario y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad.

La calidad en una organización y/o institución cuyo producto es un servicio, no puede medirse con unas pruebas efectuadas en el laboratorio, con unas pruebas de resistencia, o por el cumplimiento de algunas especificaciones requeridas. Cuando el producto es un servicio, son los trabajadores quienes lo producen y su calidad depende básicamente de su interacción con el cliente y/o usuario.

Características específicas de los servicios

Una manera de entender la diferencia entre un producto y un servicio es conociendo las características propias de los servicios, los cuales:



- No son tangibles aun cuando involucren productos tangibles.
- Son personalizados
- Involucran al usuario, a quien el servicio se dirige
- Se producen conforme a la demanda
- Son producidos y consumidos al mismo tiempo
- No pueden ser mostrados o producidos antes de la entrega.
- Son perecederos no pueden ser guardados o almacenados
- No pueden ser inspeccionados o probados previamente.
- No producen defectos, desperdicios o artículos rechazados.
- Las deficiencias en la calidad de servicio no pueden ser eliminadas antes de la entrega.
- No pueden ser sustituidos o vendidos como segunda opción.
- Se basan en el uso intensivo de la mano de obra.

2.2.1.3 Calidad de servicio

En los últimos años, han sido muchas las propuestas al respecto de la definición de la calidad de servicio. De hecho, las divergencias existentes en torno a su conceptualización han sido, junto a su dimensionalidad y la forma de hacerla operativa, los tres aspectos que han centrado gran parte del debate científico en torno a este constructo.

No obstante, a pesar de las diferencias, la mayoría confluye en considerar el carácter subjetivo de la misma y en el hecho de estar determinada por la percepción del cliente (calidad percibida).



La calidad de servicio es un concepto muy complejo que comprende tanto los elementos tangibles e intangibles que perciben los usuarios y/o clientes al recibir un servicio.

Alguna de las formas como se ha definido la calidad de servicio son:

La calidad de servicio ocurre en la interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa, existiendo tres dimensiones: calidad física, calidad corporativa y calidad interactiva (Lehtinen y Lehtinen, 1982).

Horovitz (2000) refiere que la calidad del servicio es la percepción que tiene un usuario acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas de la experiencia de servicio. La calidad de servicio constituye la diferencia o discrepancia que existe entre los deseos de los usuarios y la percepción del conjunto de elementos cuantitativos y cualitativos de un producto o servicio principal

La calidad de servicio es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones en función de la Tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (Berry et al, 1993)

Grönroos (1994) planteó que la calidad de servicio es el resultado de integrar la calidad en tres tipos de dimensiones: calidad técnica (qué se da), calidad funcional (cómo se da) e imagen corporativa. En ellas, se recogen los atributos que pueden influir en la percepción de un cliente ante un servicio. La



imagen es importante para medir la calidad percibida, ya que relaciona la calidad con la imagen corporativa. A esta posición se le conoce como el modelo nórdico.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1994) sobre la base de estudios desarrollados en diversas organizaciones, propusieron que la calidad de servicio es la diferencia entre las percepciones de los usuarios y un estándar de comparación llamados expectativas usados por los mismos

En cuestionamiento al concepto de calidad de servicio como diferencia. Cronin y Taylor (1994) afirman que:

La calidad del servicio debe ser concebida tan solo a partir de las percepciones de los usuarios; expresan que percepciones menos expectativas es una base inapropiada para usar en la medición de la calidad del servicio (p. 125).

La calidad del servicio constituye para muchas organizaciones una cualidad que les permite diferenciarse y cautivar a sus clientes, adquiriendo relevancia como variable diferenciadora que incide sobre las decisiones de los consumidores y sobre los resultados de un negocio. Para otras organizaciones la calidad en el servicio es un fin directo para satisfacer las necesidades, preocupaciones y requerimientos de la ciudadanía, como es, por definición, el caso de los servicios públicos.

Las organizaciones, en general, instituciones y empresas prestadoras de algún servicio, preocupadas de la calidad de las prestaciones que ofrecen,



aplican encuestas y otros procedimientos que les permiten conocer las opiniones de sus usuarios acercándose a conocer qué es lo que un cliente busca de un servicio y a la vez cuál es el grado de satisfacción respecto a éste.

Modelos de medición de la calidad en los servicios

a) El modelo SERVQUAL (Service Quality)

El modelo diseñado para la evaluación de la calidad de servicio percibida más ampliamente difundida es el de Parasuram et al. Por medio de investigaciones con grupos de enfoque Valrie Zeithaml, Leonard Berry y A. Parasuraman (1990), Establecen que la calidad de servicio se basa en el paradigma de la disconformidad y la conceptualizaron como el resultado de comparar la percepción por el servicio recibido versus las expectativas del consumidor.

El SERVQUAL es un cuestionario con 22 preguntas estandarizadas para la medición de la Calidad del Servicio. La puntuación de cada ítem, que representan la calidad de servicio percibida, viene determinada por la diferencia de puntuación entre sus percepciones y sus expectativas, ambas medidas en una escala Likert de 7 puntos, cuyos extremos son “fuertemente en desacuerdo” (1) y “fuertemente de acuerdo” (7)

Identificaron cinco dimensiones que utilizan los usuarios para evaluar la calidad de un servicio que son las siguientes:



1. **Confiabilidad.-** Es la capacidad de cumplir con el servicio prometido, en primera y correctamente.
2. **Capacidad de respuesta (Tiempo).-** Es la disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápidamente, en el momento oportuno.
3. **Seguridad.-** Conocimientos y atención mostrada por el personal administrativo y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
4. **Empatía.-** Atención individualizada que se ofrece al usuario. Acceso fácil, buenas comunicaciones y comprensión del usuario.
5. **Elementos Tangibles.-** Es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de información que intervienen o se utilizan en la prestación del servicio.

Ecuación de la calidad

Para evaluar la calidad de un servicio, los clientes utilizan sus expectativas como parámetros de medición: Comparan lo que esperaban con lo que recibieron.

El enfoque metodológico de SERVQUAL se representa matemáticamente así:

$$\text{Calidad} = \text{Percepciones} - \text{Expectativas}$$

En función del resultado de la comparación entre las expectativas y las percepciones de los usuarios, pueden producirse tres situaciones distintas:

- Si las percepciones o prestación del servicio superan a las expectativas de los usuarios, se encontrarán satisfechos.
- Si las percepciones o prestación del servicio son iguales a las expectativas no habrá satisfacción, porque se habrá recibido lo que se esperaba.
- Si las percepciones o prestación del servicio son inferiores a las expectativas se producirá insatisfacción.

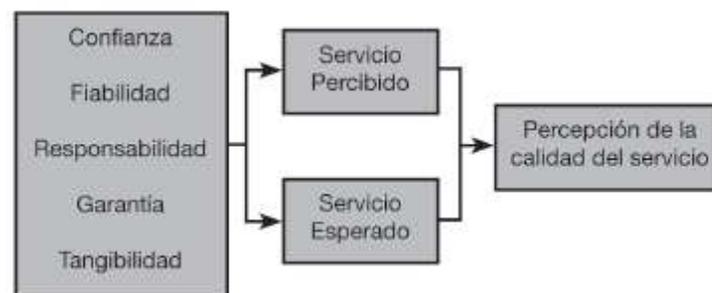


Figura 1. Esquema del Modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988.

b) El modelo SERVPERF (Service Performance)

Este modelo fue desarrollado por Joseph Cronin y Steven Taylor en 1992, está inspirado en el modelo SERVQUAL se basa en los ítems contenidos en ese modelo, en donde se pide al consumidor que evalúe el

servicio con una escala Likert que va desde el 1 (muy en desacuerdo) hasta el 7 (muy de acuerdo).

El modelo SERVPERF utiliza un único cuestionario de 22 ítems de la escala original SERVQUAL diseñado para medir las percepciones de los clientes sobre la calidad de servicio, es decir considera las percepciones del cliente como el único factor determinante para la evaluación de la calidad de cualquier servicio, sin que sea necesario medir las expectativas previas de los individuos encuestados.

En síntesis, la calidad percibida de los servicios se considera la mejor manera de conceptualizar y evaluar la calidad del servicio. El SERVPERF es una escala válida y fiable para operacionalizar el constructo calidad de servicio percibido e identificar áreas estratégicas o dimensiones de la calidad de servicio que deben ser tenidas en cuenta en el proceso de adopción de decisiones organizativas.

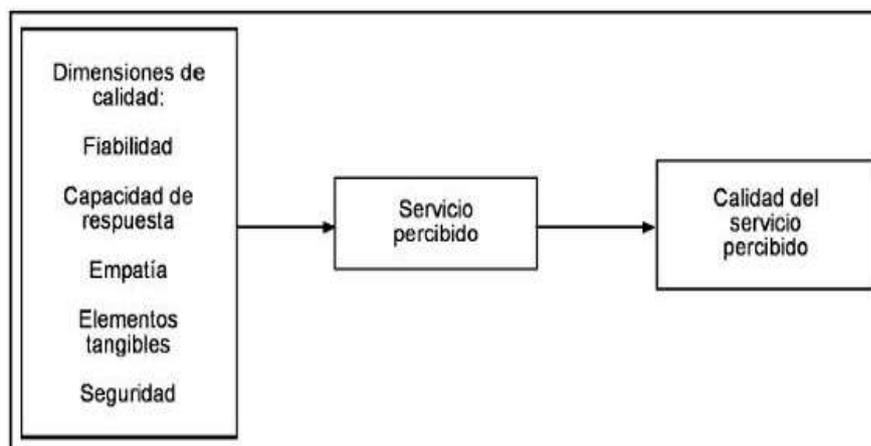


Figura 2. Esquema del modelo SERVPERF de Cronin y Taylor, 1992



2.2.1.4 Gestión de la calidad de servicio

Es el conjunto de actividades que las Instituciones determinan como política de calidad, los objetivos y las responsabilidades proporcionando de forma consistente, una calidad de servicio superior a la de la competencia. La Gestión de la calidad de servicio implica el establecimiento adecuado del proceso administrativo: La planificación de la calidad, la organización de la calidad, la dirección, el control de la calidad y la mejora de la calidad.

La clave de una buena Gestión de la calidad de servicio reside en igualar o superar las expectativas de los usuarios en cuanto a calidad de servicio, que se forman en base a la publicidad de las Instituciones. Los usuarios quienes son los únicos que pueden emitir estas valoraciones, comparan el servicio percibido con sus expectativas de servicio, es decir si la percepción de calidad del servicio del personal administrativo es inferior a las expectativas de los usuarios, perderán interés en hacer uso de estas entidades sean públicas o privadas; mientras si se alcanza o supera, estarán dispuestos a frecuentarlas.

La gestión de la calidad de servicio permite conocer al usuario, sus necesidades y qué se debe hacer para mejorarlas, especificando la satisfacción y conservación de los usuarios, la atracción de clientes potenciales, el diseño de estrategias que satisfagan necesidades cambiantes de los nuevos usuarios y la reducción de costos al responder quejas y procesar reclamos.



Dentro de ese contexto Drucker (1990), sostiene que “el cliente evalúa el desempeño de la organización de acuerdo con el nivel de satisfacción que obtuvo al compararlo con sus expectativas” (p.41)

2.2.2 Satisfacción del Usuario

En primer lugar, se realizará una aproximación a las distintas definiciones del concepto satisfacción que se han ido aportando a la literatura a lo largo del tiempo.

2.2.2.1 Satisfacción

Respecto a la satisfacción, también han sido diversas las conceptualizaciones propuestas por los investigadores. Una de las más destacables es la establecida por Giese y Cote (2000), quienes, partiendo de una revisión bibliográfica exhaustiva, proponen que la satisfacción sería una respuesta sumaria, afectiva y de variable intensidad, centrada en aspectos concretos de la adquisición y/o consumo, que tiene lugar cuando el cliente evalúa el producto.

Gran parte de las discrepancias existentes en torno a este concepto se han centrado en la concepción de la satisfacción como proceso o como resultado. Para el primer enfoque, que se centra en el origen de la satisfacción, ésta se concebiría como un proceso de evaluación en el que el consumidor compara su experiencia con el producto con algún elemento de referencia (expectativas previas). Los mayores problemas se han debido a la falta de acuerdo relativo al estándar utilizado en este proceso de evaluación.



Esta falta de coincidencia ha sido aludida como causante de gran parte de los problemas para diseñar medidas generales válidas de la satisfacción y de las dificultades existentes para comparar e interpretar adecuadamente los resultados empíricos de las investigaciones centradas en ella (Olshavky y Kumar, 2001).

La satisfacción es el resultado de un proceso que se inicia en el sujeto concreto y real, culmina en el mismo, y en tal sentido es un fenómeno esencialmente subjetivo, desde su naturaleza hasta la propia medición e interpretación de su presencia.

La satisfacción del usuario es el resultado de comparar: Su percepción o prestación del servicio recibido (calidad percibida después del consumo) con sus expectativas (calidad esperada antes del consumo)

Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Pensar en mantenerse vigente en un mercado de alta competencia es sinónimo de lograr la satisfacción del cliente. Sin esto el posicionamiento es una falacia.

Esta es la razón por la cual el tema de la “satisfacción del cliente” es prioridad en la agenda de la más alta dirección de toda organización moderna.

La satisfacción del cliente es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o



servicio con sus expectativas (Kotler, 1999). Y este estado de ánimo es la fuente de muchos beneficios para la empresa y que pueden agruparse en tres grandes capítulos.

a. La compra repetitiva. El cliente satisfecho, tiende a reiterar su comprar. Esto va definiendo un concepto de lealtad y permite la venta de igual o nuevos productos en cada interacción.

b. El boca a boca. El cliente motivado por la experiencia positiva siente deseos de comunicar la misma y se estima que esto lo hace a razón de 3 a 4 personas allegadas al mismo. Claramente este es un beneficio de promoción sin costo con el agregado del aporte emocional por efecto de la confianza que los receptores tienen para con el emisor.

c. Posicionamiento. La satisfacción genera instala una relación monopólica entre el cliente y la empresa dejando de lado la competencia.

Es fácil ver que una política centrada en la “satisfacción del cliente” conlleva a un mayor volumen de ventas; a una mayor promoción sin costo (lo que también implica mayores ventas por nuevos clientes) y una participación de mercado en crecimiento.

Elementos que conforman la satisfacción del cliente

Para lograr esta tan deseada “satisfacción” del cliente se debe considerar que la misma se conforma a partir de tres aspectos básicos:



a. Las expectativas del cliente. Es lo que él imagina que va a obtener y estas se disponen a partir de:

- Deseos a partir del imaginario personal en cuanto a su propia idea de satisfacción.
- Beneficios que promete la empresa.
- Beneficios que promete la competencia.
- Experiencias de compras pasadas.
- Comentarios y opiniones de terceros.

Las expectativas pueden ser un elemento que juegue a favor o en contra de la empresa dado que muchas veces, al ser comparadas con lo “realmente obtenido”, pueden originar “insatisfacción” no por la baja calidad del producto o servicio sino por lo que “se esperaba” que este fuera.

En contraposición a esto, tampoco es útil reducir significativamente las “expectativas del cliente” dado que puede generarse una baja demanda.

Esta particularidad obliga a las empresas a maximizar el control sobre las expectativas que esta genera en el mercado objeto por medio de su campaña comunicacional. Siempre debe observarse si las mismas están relacionadas con lo que el cliente busca.

b. La percepción de lo recibido. Es lo que el cliente “siente, cree” haber obtenido luego de la compra.



Este punto debe analizarse con cuidado dado que:

- Es algo del cliente, es él el que lo define y no la empresa.
- Se vincula con los resultados que el cliente percibe del producto y no con la funcionalidad o producido por el producto.
- Se fundamenta en cuestiones abstractas no necesariamente reales.
- En su definición se conjugan aspectos socio-culturales y la influencia del ambiente.
- Los estados de ánimo del cliente alteran la percepción.

c. El grado o nivel de satisfacción. Llevada a cabo la compra, todo cliente alcanza un grado de satisfacción que puede encuadrarse en:

- **Satisfacción:** Lo percibido tras la compra coincide con su expectativa de lo que iba a recibir.
- **Insatisfacción:** Lo percibido no coincide con la expectativa.
- **Complacencia:** Lo recibido es superior a lo esperado.

La importancia del determinar el grado de satisfacción es que este define la acción futura de ese cliente. Ante la insatisfacción se genera la búsqueda de otro proveedor, generando una propensión a mejores propuestas; luego proviene el cambio. Sólo en la complacencia se desarrollará fidelidad hacia la empresa.

Entonces, la estrategia más adecuada es generar expectativas acordes a lo esperado por el cliente y luego proporcionar una experiencia por



encima de ello. Esto producirá un impacto positivo que promoverá la complacencia buscada.

La satisfacción del cliente es uno de los tres objetivos básicos de una empresa de excelencia, además de ser un pilar de la calidad total. Por ello es importante conocer su nivel de satisfacción de ellos. Tal labor debe ser tarea permanente de las empresas, pero su ejecución debe realizarse mediante un exploración de aquellos factores que determinan el grado de decisión de los clientes por los productos de la empresa, de tal manera que estos conformen un factor global de satisfacción (Pérez, 2000).

2.2.3 La Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Siendo el contexto de la investigación en esta casa superior de estudios y determinar si existe un plan de Gestión de la Calidad, primero se tendrá en cuenta algunos lineamientos generales de dicha institución.

Misión Institucional

“Somos una Universidad Pública, con una cultura de mejora continua, basada en principios y valores, formadora de profesionales líderes, gestores del conocimiento científico, tecnológico y humanístico, a través de la investigación, proyección social y extensión universitaria, con responsabilidad social comprometida con el desarrollo del país”.

Visión Institucional



“Al año 2021 ser una universidad de calidad, reconocida a nivel nacional e internacional, líder en la formación profesional, investigación formativa y de posgrado, comprometida con el desarrollo de la sociedad”

Objetivos de la Universidad

- a) Formar Profesionales de nivel superior en los campos de la ciencia, la tecnología, las humanidades, elevando gradual y sostenidamente la calidad académica de la Universidad. Asimismo a contribuir a la formación académica, a la investigación, a la proyección social, extensión universitaria, así como a la producción de bienes y a la prestación de servicios.
- b) Proporcionar a la población universitaria, los servicios básicos que contribuyan con su bienestar durante el proceso de formación universitario.
- c) Modernizar la gestión administrativa institucional elevando sus niveles de eficiencia y productividad para coadyuvar al cumplimiento de sus fines y objetivos.
- d) Promover la difusión de la cultura en todos los niveles de la población, mediante el acervo arqueológico que se exhiben en el Museo Universitario.

2.2.3.1 Calidad de Servicio en la Universidad Nacional José Faustino

Sánchez Carrión

La Universidad Sánchez Carrión se encuentra actualmente en un proceso de Licenciamiento Institucional y acreditación de sus carreras profesionales, el cual es un procedimiento obligatorio que tienen que desarrollar todas las universidades con el objetivo de verificar las



condiciones básicas de calidad en la educación superior universitaria que reciben nuestros jóvenes a nivel nacional.

Es un hecho desalentador pero muy cierto que la mayoría de las personas que trabajamos en dicha Universidad, nos hemos percatado de la falta de predisposición y de la falta de cultura de servicio del personal administrativo para con los usuarios ya sean internos o externos. Esto se debe a que la Universidad no cuenta por el momento con un Plan de Gestión de la Calidad.

2.3 Definiciones conceptuales

a. Calidad de servicio

Se define la calidad en el servicio como una función de la diferencia entre las expectativas de los clientes sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre el servicio efectivamente brindado por la organización.

b. Capacidad de respuesta

Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido y oportuno. Es tener el deseo de servir al cliente oportunamente.

c. Confiabilidad

Es la habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Implica el cumplimiento de la promesa de servicio y una prestación sin errores.

d. Elementos tangibles



Son los aspectos físicos tales como las instalaciones, el personal, la documentación y el material de comunicación que utilizan a primera vista, es la imagen que la empresa proyecta para poder construir lealtad, esta imagen física tiene que exceder las expectativas del cliente.

e. Empatía

Es la atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Es el deseo de comprender las necesidades precisas del cliente y encontrar la respuesta más adecuada.

f. Expectativas

Es el conjunto de posibles resultados esperados por los clientes y/o usuarios como consecuencia de la prestación de un servicio.

g. Gestión de la calidad

Es el conjunto de acciones planificadas y sistemáticas, necesarias para dar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos de calidad.

h. Lealtad

La lealtad es el grado en el cual un cliente exhibe un comportamiento de compra repetido hacia un proveedor de productos o servicios, y posee una disposición actitudinal positiva hacia dicho proveedor.



i. Rendimiento percibido

Se refiere al desempeño en cuanto a la entrega del valor que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el resultado que el cliente percibe cuando obtiene el producto o servicio que adquirió.

j. Satisfacción del usuario

Es la comparación entre la calidad percibida y la calidad esperada por los usuarios de un servicio o producto entregado.

k. Seguridad

Se refiere a que los conocimientos, atención y habilidades mostrados por los empleados, inspiren credibilidad y confianza. Es el resultado de asignar a un cargo a la persona adecuada, competente y con las fortalezas personales necesarias.

l. Servicio

Es cualquier acto o desempeño que una persona ofrece a otra y que en principio es intangible y no tiene como resultado la transferencia de la propiedad de nada. La producción del mismo podrá estar enlazada o no a la de un bien físico.

m. Usuario

Es todo individuo que utiliza algún tipo de objeto o servicio ya sea público o privado.



2.4 Formulación de las Hipótesis

2.4.1 Hipótesis General

La calidad de servicio se relaciona significativamente con en el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

2.4.2 Hipótesis Específicas

- a. Los recursos tangibles que ofrece la universidad se relacionan significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.
- b. La confiabilidad brindada por el personal administrativo se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.
- c. La capacidad de respuesta que demuestra el personal administrativo se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.
- d. La seguridad mostrada en la atención por el personal administrativo se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.
- e. La empatía brindada se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.



CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

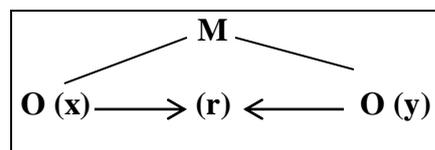
3.1.1 Diseño de la investigación

Es una investigación No Experimental transversal de acuerdo a las siguientes consideraciones:

Diseño No Experimental, porque implica la observación del hecho en su condición natural, sin intervención del investigador. Sólo se describe y se analiza su incidencia e interrelación de las variables en un momento dado.

Así mismo es Transversal (o transeccional), porque la recolección de los datos se realizará en un solo momento haciendo un corte en el tiempo y se evaluará en base a ello la investigación, sin evaluar la evolución futura del problema que pueda tener la relación entre las variables de estudio. (Hernández Sampieri, 2010)

El diagrama de relación entre las dos variables de investigación es el siguiente:



Donde:



- M: Muestra de investigación (usuarios de la UNJFSC)
- O_x : Medición de la variable calidad de servicio
- O_y : Medición de la variable satisfacción de los usuarios
- r: Posible relación entre ambas variables.

3.1.2 Tipo de investigación

La investigación por su naturaleza corresponde a una Investigación de tipo Aplicada, porque tiene como finalidad la resolución de problemas prácticos.

3.1.3 Enfoque de la investigación

Debido a las características de las variables, esta investigación se basa en un enfoque cuantitativo, porque la investigación se fundamenta en el análisis de los datos y la prueba de hipótesis en base a la estadística descriptiva e inferencial.

3.1.4 Nivel de investigación

El presente estudio es de nivel correlacional que consiste en medir el grado de relación entre el nivel de calidad de servicio percibida por el usuario y el nivel de satisfacción de los mismos en las oficinas de atención de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, durante el año 2016.

3.2. Población y muestra

3.2.1 Población

La población de estudio para nuestra investigación tiene la característica de ser una población infinita, y estará conformado por todos los usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho.



3.2.2 Muestra

Debido a que no se puede contar con una lista completa de usuarios, por ser de tamaño e integrantes desconocidos y con el propósito de generalizar los resultados a la población de usuarios, se calculó el tamaño de muestra de acuerdo al criterio de la varianza máxima para una población infinita, cuya fórmula estadística es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q}{E^2}$$

Donde:

n = Tamaño de Muestra

E = Error de muestreo: Representa el nivel de precisión para que los resultados sean generalizados a toda la población. Asumiremos 5%.

Z = Nivel de confianza: Representa el límite de confianza necesario para generalizar los resultados obtenidos a nivel de la muestra, a toda la población. Al 95%, se considera $Z=1,96$.

p = Proporción esperada de usuarios que se encuentran satisfechos. (Asumiremos $p = 0,5$. no se conoce el porcentaje de satisfacción en estudios previos)

q = Proporción esperada de usuarios que se encuentran insatisfechos. (Asumiremos $q = 0,5$)

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2} = 384$$

Esto significa que el tamaño mínimo de muestra requerida debe de ser 384 usuarios (internos y externos)

Tipo de Muestreo: Muestreo no probabilístico Accidental o casual



Criterios de Inclusión:

- Participarán los usuarios internos: Docentes, estudiantes y administrativos de ambos sexos
- Usuarios externos: Egresados y público en general

Criterios de Exclusión:

- Los usuarios que invaliden las pruebas de la presente investigación

Para garantizar la representatividad de la muestra, se hizo una distribución a lo largo de los cinco días laborables de la semana durante todo el horario de atención a los usuarios de 8:00 a.m. a 1:00 p.m. y de 2:00 p.m. a 4:00 p.m. En un tiempo de tres semanas.



3.3 Operacionalización de Variables

Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Ponderación por dimensión	Ponderación total
V1 Calidad de servicio	Es el grado de satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente o usuario (Joseph M. Juran)	Aplicación de la encuesta SERVPERF modificada utilizando como instrumento un cuestionario de preguntas para medir la calidad de servicio a partir de las percepciones del usuario.	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> - Equipamiento de aspecto moderno - Instalaciones físicas visualmente atractivas - Apariencia pulcra de los trabajadores administrativos - Elementos de comunicación atractivos 	1-2-3-4	Deficiente (4-8) Regular (9-13) Bueno (14-20)	Deficiente (22-49) Regular (50-67) Bueno (68-110)
			Confiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de las promesas. - Interés en la resolución de problemas - Cumplimiento en el plazo prometido 	5-6-7-8-9	Deficiente (5-11) Regular (12-16) Bueno (17-25)	
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación sincera - Servicio rápido y ágil - Disposición para ayudar a los usuarios - Personal dispuestos a responder preguntas 	10- 11-12 13	Deficiente (4-8) Regular (9-12) Bueno (13-20)	
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Personal que transmite confianza - Usuarios seguros con el personal - Personal amable - Personal bien capacitado 	14 -15-16-17	Deficiente (4-9) Regular (10-13) Bueno (14-20)	
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Horario conveniente - Atención personalizada al usuario - Comprensión por las necesidades del usuario 	18-19-20-21-22	Deficiente (5-10) Regular (11-16) Bueno (17-25)	
V2 Satisfacción del Usuario	Es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (Philip Kotler)	Aplicación de la encuesta SERVPERF modificada utilizando como instrumento un cuestionario de preguntas para medir el grado de Satisfacción del usuario.	Lealtad	Fidelización del usuario	23-24-25-26	Insatisfecho Medianamente satisfecho Satisfecho	Insatisfecho (10-23) Medianamente satisfecho (24-34) Satisfecho (35-50)
			Difusión gratuita	Recomendación a otros usuarios	27-28-29		
			Posicionamiento en el mercado	Nivel de participación en el mercado	30-31-32		



3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnicas

Las técnicas que se utilizaron en la presente investigación es:

- La Encuesta

3.4.2. Descripción de los Instrumentos

Para obtener la información se utilizó como instrumento: La Escala SERVPERF (Service Performance) diseñado para medir la calidad de servicio a partir de las percepciones del cliente.

El instrumento que se utilizó en la presente investigación ha sido adaptada del modelo SERVPERF que es una Escala tipo Likert que establece cinco dimensiones de la calidad: Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía, las cuales son medidas mediante un cuestionario de 22 preguntas. Cada uno de estos ítems ha sido medido utilizando la escala de Likert con la siguiente valoración del uno y cinco.

Totalmente en Desacuerdo	(1)
En Desacuerdo	(2)
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	(3)
De acuerdo	(4)
Totalmente en desacuerdo	(5)

Donde cada alternativa representa el grado de acuerdo en que se encuentra el usuario con respecto a cada planteamiento. La segunda parte contiene preguntas relacionadas con la satisfacción del usuario, realizada a



través de 10 ítems, en las cuales también se usó la escala Likert de cinco niveles:

Totalmente en desacuerdo (1)

En desacuerdo (2)

Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)

De acuerdo (4)

Totalmente de acuerdo (5)

3.4.2. Validez y Confiabilidad de los instrumentos

a) Validez del Instrumento

Se entiende por validez según la definición dada por Hernández et. al. (2010) “Grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir” (p. 201).

Para determinar la validez del instrumento, este se sometió a la evaluación de un panel de expertos, antes de su aplicación para verificar si el contenido de instrumento, se ajusta al estudio planteado.

La validez de contenido del instrumento (cuestionario) fue evaluado mediante el juicio de expertos con experiencia en el tema, a quienes se les proporcionó: La matriz de consistencia, el cuadro de operacionalización de variables, el cuestionario y la hoja de informe del juicio de expertos.

Los jueces brindaron la valoración del cuestionario correspondiente a las variables en estudio y, para tal efecto, se hizo revisar el cuestionario por el siguiente panel de expertos:

J1: Ing. Canales Changanquí, Aldo Manuel

J2: Ing. Chávez Zavaleta, Raúl



J3: Dr. Collantes Rosales, Víctor Manuel

Los expertos proporcionaron las siguientes calificaciones:

Tabla 1.

Nivel de validez del instrumento según el juicio de expertos

Indicadores	JUECES			TOTAL
	J1	J2	J3	
1. Claridad	4	4	4	12
2. Objetividad	5	4	4	13
3. Actualidad	3	5	4	12
4. Organización	4	5	5	14
5. Suficiencia	3	4	4	11
6. Intencionalidad	5	4	4	13
7. Consistencia	4	5	5	14
8. Coherencia	5	5	4	14
9. Metodología	4	5	4	13
10. Pertinencia	4	5	4	13
TOTAL opinión	41	46	42	129

Nota: En base a los resultados de la ficha de validez de los expertos

Donde:

1= Deficiente

2= Regular

3= Bueno

4= Muy bueno

5= Excelente

Cálculo del Coeficiente de Validez:

$$\text{Validez} = \frac{\text{Total opinion}}{\text{Total maximo}} = \frac{129}{10 \times 5 \times 3} = \frac{129}{150} = \mathbf{86 \%}$$



De acuerdo a la tabla anterior, la validez del instrumento otorgada por los jueces expertos tiene un porcentaje igual al 86,0 %, el cual significa que el instrumento tiene una excelente validez, según la escala de la siguiente tabla.

Tabla 2.
Valores de los niveles de Validez

Valores	Niveles de validez
0,00 - 0,53	Validez nula
0,54 - 0,64	Validez baja
0,65 - 0,69	Valido
0,70 - 0,80	Muy valido
0,81 - 0,94	Excelente validez
0,95 - 1,00	Validez perfecta

Nota: Tomado de Ruiz Bolívar, 2002.

b) La confiabilidad del instrumento

Para determinar el grado de confiabilidad del instrumento, primero se realizó una prueba piloto con un grupo de 30 usuarios no pertenecientes a la muestra de estudio, pero con características equivalentes a la misma, con el propósito de evaluar el comportamiento del instrumento en el momento de la toma de datos para la consistencia del contenido.

Para la presente investigación se utilizó la prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach para estimar la consistencia de las variables en estudio. Para tal fin, se utilizó la siguiente fórmula

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

Donde:

α : Coeficiente de confiabilidad de Cronbach

$\sum S_i^2$: Sumatoria de varianzas de los ítems.

S_t^2 : Varianza de la suma de los ítems

K : El número de preguntas o ítems.

Tabla 3.

Estadístico de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,930	32

Nota: En base a los resultados de la prueba piloto

Tabla 4.

Interpretación de la magnitud del coeficiente de confiabilidad

Valores	Nivel de confiabilidad
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Nota: Tomado de Ruiz Bolívar (2002) y Pallela y Martins (2003).



El resultado nos muestra un valor de 0,930 lo cual indica que el instrumento tiene muy alto grado de confiabilidad. Por lo tanto es confiable para la investigación.

3.5 Técnicas para el procesamiento de la información

Una vez recolectado los datos mediante el instrumento, estos fueron registrados, tabulados y codificados.

Se hizo el análisis de los datos con el programa estadístico SPSS (Statistical Package for Social Sciences) versión 22, para organizar, presentar los datos e información recabada de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Así como el uso del Excel 2013 para la elaboración de tablas y gráficos estadísticos.

Para determinar los puntos de corte de cada variable se utilizó la Técnica de Estaninos, según la siguiente fórmula: $\bar{X} = \pm 0,75(S)$

Donde: \bar{X} : Media aritmética S: Desviación estándar

Niveles de Calidad de Servicio:

- Deficiente: 22- 49
- Regular : 50 – 67
- Bueno : 68 – 110

Niveles de Satisfacción del Usuario:

- Insatisfecho : 10- 23
- Medianamente Satisfecho : 24 – 34



- Satisfecho : 35 – 50

3.5.1 Tratamiento estadístico.

a. Estadística descriptiva.

- Representación tabular y gráfica.
- Medidas de tendencia central y de variabilidad.

b. Estadística Inferencial para Prueba de Hipótesis.

Para inferir o estimar la generalización o toma de decisiones sobre la base de la información, se sometió a prueba:

- La Hipótesis General
- Las Hipótesis Específicas

Para probar la hipótesis General y las hipótesis específicas se aplicó la prueba estadística No Paramétrica **Correlación por Rangos Rho de Spearman**, debido a que la Calidad de servicio y la Satisfacción del usuario son variables categóricas, que para fines de Operacionalización se han trabajado con puntajes en escala de medición Ordinal.

Al no encontrarse normalidad de los datos se utilizó la prueba No paramétrica Rho de Spearman. La fórmula que permite el cálculo de la correlación entre las dos variables X e Y, medidas en escala ordinal, es la siguiente:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D_i^2}{N(N^2 - 1)}$$

Donde:

D_i : Es la distancia existente entre los puestos que ocupan las puntuaciones correspondientes a un sujeto i cuando estas puntuaciones han sido ordenadas para X y para Y .

N : Número de parejas por rangos o número de observaciones

Los valores del Coeficiente de Correlación Rho de Spearman pueden variar de -1 a +1 según el siguiente rango de valores:

Tabla 5.

Interpretación de coeficiente de correlación de Pearson o Spearman

Valores	Interpretación
De - 0, 91 a - 1, 00	Correlación negativa muy alta
De - 0, 71 a - 0, 90	Correlación negativa alta
De - 0, 41 a - 0, 70	Correlación negativa moderada
De - 0, 21 a - 0, 40	Correlación negativa baja
De 0, 00 a - 0, 20	Correlación negativa prácticamente nula
De 0, 00 a 0, 20	Correlación positiva prácticamente nula
De 0, 21 a 0, 40	Correlación positiva baja
De 0, 41 a 0, 70	Correlación positiva moderada
De 0, 71 a 0, 90	Correlación positiva alta
De 0, 91 a 1, 00	Correlación positiva muy alta

Nota: La fuente se obtuvo de Bisquerra Alzina, Rafael. (2009). Metodología de la Investigación Educativa. Madrid: Muralla, S.A. p.212



Finalmente, se estimó el modelo de regresión lineal para probar el grado de relación de las dimensiones de la calidad de servicio sobre la satisfacción de los usuarios.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis Descriptivo

4.1.1. De la variable Calidad de servicio

Tabla 6.

Niveles Alcanzado en la calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	104	27,1	27,1	27,1
	Regular	188	49,0	49,0	76,0
	Bueno	92	24,0	24,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Cuestionario aplicado a usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

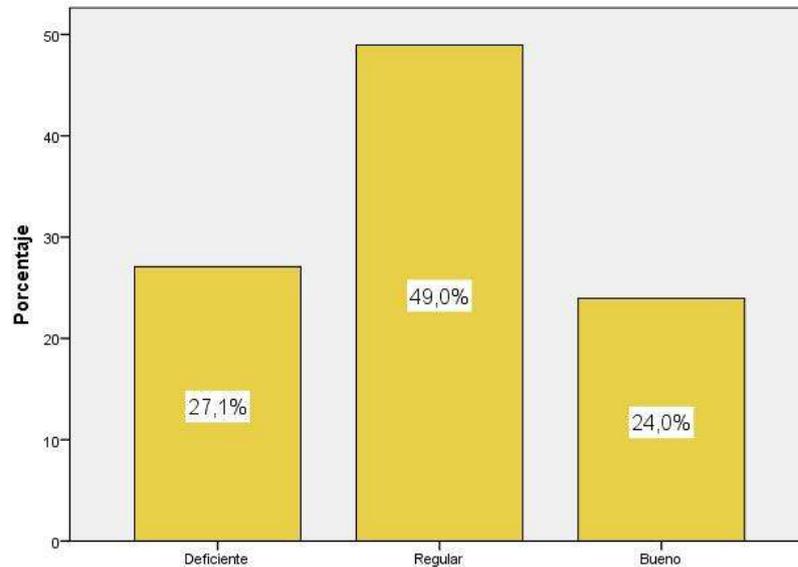


Figura 3. Niveles de calidad de servicio

De la figura 3, se observa que un 49,0% de usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016, manifestaron que la calidad de servicio es regular, un 27,1% sostienen que es deficiente y un 24,0% que es bueno.

Tabla 7.

Nivel alcanzado en la Dimensión Elementos Tangibles

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	97	25,3	25,3	25,3
	Regular	226	58,9	58,9	84,1
	Buena	61	15,9	15,9	100,0
Total		384	100,0	100,0	

Nota: Cuestionario aplicado a usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

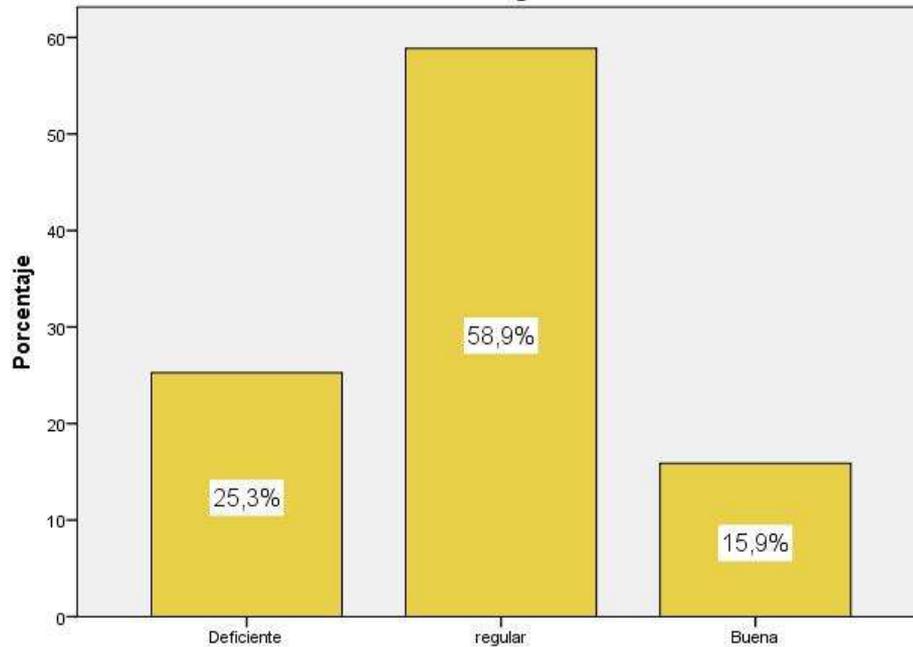


Figura 4. Elementos tangibles

De la figura 4, se observa que un 58,9% de usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016, afirman que calidad de servicio en la dimensión elementos tangibles se alcanzó un nivel regular, un 25,3% sostienen que se logró un nivel deficiente y un 15,9% que muestran un nivel bueno.

Tabla 8.

Niveles alcanzado en la Dimensión Confiabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	139	36,2	36,2	36,2
	Regular	185	48,2	48,2	84,4
	Buena	60	15,6	15,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Cuestionario aplicado a usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

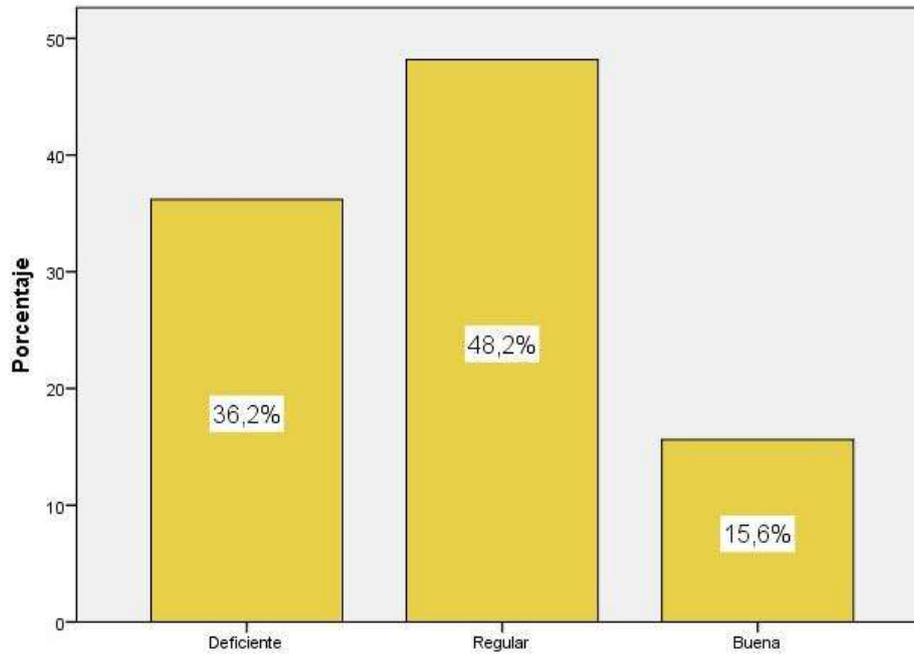


Figura 5. Confiabilidad

De la figura 5, se observa que un 48,2% de usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016, afirman que la calidad de servicio en la dimensión confiabilidad se alcanzó un nivel regular, un 36,2% sostienen que se logró un nivel deficiente y un 15,6% que muestran un nivel bueno.

Tabla 9.

Nivel Alcanzado en la Dimensión Capacidad de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	136	35,4	35,4	35,4
	Regular	163	42,4	42,4	77,9
	Buena	85	22,1	22,1	100,0
Total		384	100,0	100,0	

Nota: Cuestionario aplicado a usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

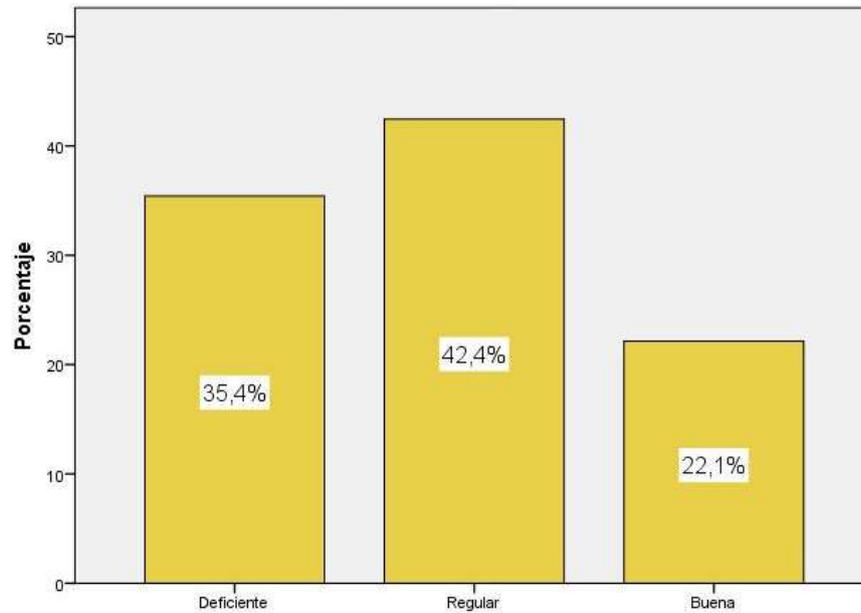


Figura 6. Capacidad de respuesta

De la figura 6, se observa que un 42, 4% de usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016, afirman que la calidad de servicio en la dimensión capacidad de respuesta se alcanzó un nivel regular, un 35, 4% sostienen que se logró un nivel deficiente y un 22, 1% que muestran un nivel bueno.

Tabla 10.

Niveles alcanzado en la dimensioe seguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	114	29,7	29,7	29,7
	Regular	186	48,4	48,4	78,1
	Buena	84	21,9	21,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Cuestionario aplicado a usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

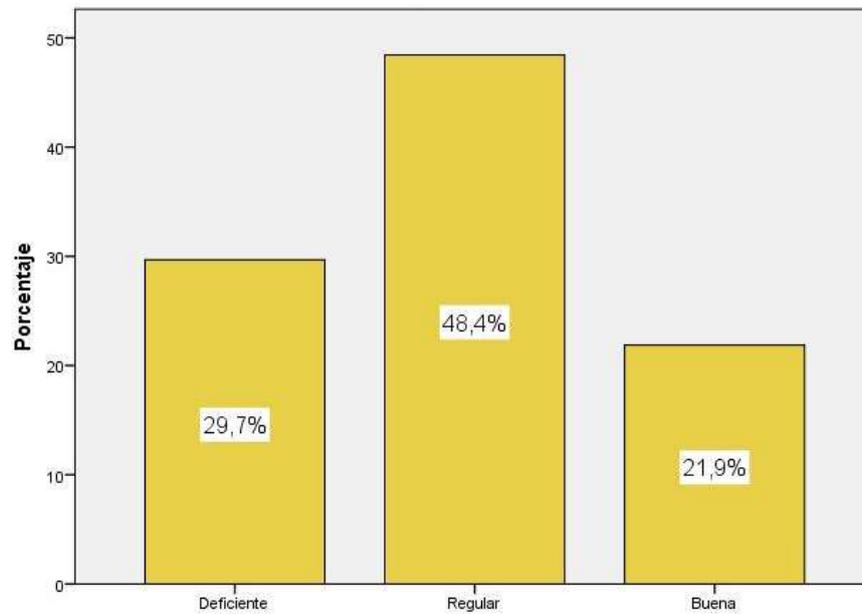


Figura 7. Seguridad

De la figura 7, se observa que un 48,4% de usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016, afirman que la calidad de servicio en la dimensión seguridad se alcanzó un nivel regular, un 29,7% sostienen que se logró un nivel deficiente y un 21,9% que muestran un nivel bueno.

Tabla 11.

Niveles alcanzados en la dimensión Empatía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	93	24,2	24,2	24,2
	Regular	223	58,1	58,1	82,3
	Buena	68	17,7	17,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Cuestionario aplicado a usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

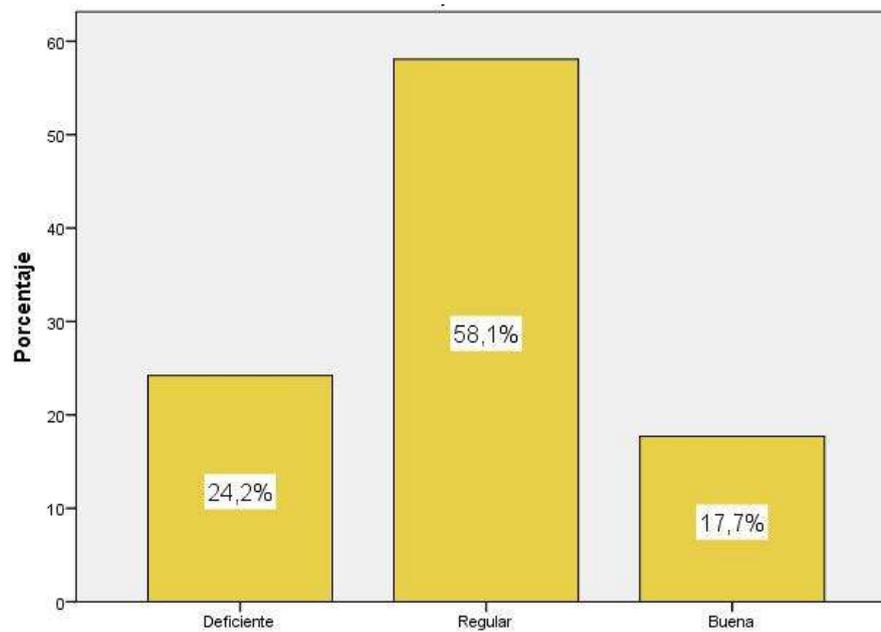


Figura 8. Empatía

De la figura 8, se observa que un 58,1% de usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016, afirman que la calidad de servicio en la dimensión empatía se alcanzó un nivel regular, un 24,2% sostienen que se logró un nivel deficiente y un 17,7% que muestran un nivel bueno.

4.1.2 De la variable Satisfacción de los Usuarios

Tabla 12.

Niveles alcanzados en la satisfacción de los usuarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Insatisfecho	88	22,9	22,9	22,9
	Medianamente satisfecho	216	56,3	56,3	79,2
	satisfecho	80	20,8	20,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

uestionario aplicado a usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

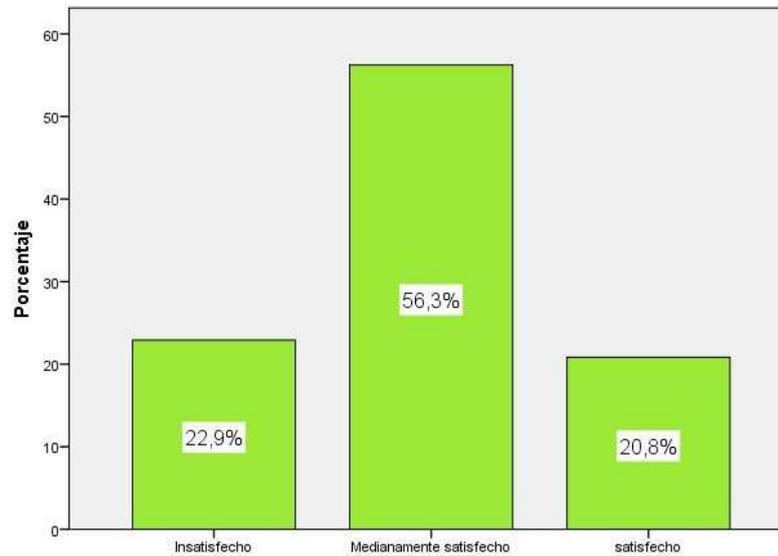


Figura 9. Niveles de satisfacción de los usuarios

De la figura 9, se observa que de los usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016, el 56,3 % manifestaron sentirse medianamente satisfecho, un 22,9% sostienen sentirse insatisfecho y un 20,8% que muestran sentirse satisfecho.

4.2 Análisis Inferencial

Para el análisis inferencial se determinó primeramente si los datos se aproximan o no a una distribución normal, tanto como para la variable 1 y la variable 2, para ello se aplicó la prueba de bondad de ajuste de Kolmogorov – Smirnov (K-S).

Esta prueba permite medir si los datos provienen de una población que tiene una distribución normal.

Teniendo en cuenta el valor obtenido en esta prueba de normalidad, se determinó el estadístico de prueba a usarse.

Tabla 13.

Resultados de la Prueba de bondad de ajuste Kolmogorov – Smirnov

Variables y dimensiones	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Dimensión Tangibilidad	,129	384	,000
Dimensión Confiabilidad	,100	384	,000
Dimensión Capacidad de respuesta	,114	384	,000
Dimensión Seguridad	,096	384	,000
Dimensión Empatía	,087	384	,000
Satisfacción del usuario	,047	384	,004
Calidad de servicio	,042	384	,009

Se observa que las variables no se aproximan a una distribución normal ($p < 0.05$). En este caso debido a que se determinaran correlaciones entre variables y dimensiones, la prueba estadística a usarse deberá ser no paramétrica: Prueba de Correlación de Rho de Spearman.

4.2.1 Contrastación de la Hipótesis General

H₀: La calidad de servicio no se relaciona significativamente con en el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.



H_a: La calidad de servicio se relaciona significativamente con en el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

. **Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$**

. **Regla de decisión:**

- Si $p < \alpha$; se rechaza la hipótesis nula
- Si $p \geq \alpha$; se acepta la hipótesis nula

. **Prueba estadística:** Prueba de correlación de Spearman

Tabla 14.

Relación entre la calidad de servicios y el nivel de satisfacción de los usuarios

			Calidad de servicio	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,694**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	384	384
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,694**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	384	384

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

Descripción del grado de relación entre las variables:

Los resultados del análisis estadístico dan cuenta de la existencia de una correlación **r=0.694**, entre las variables calidad de servicio y en el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016. , indicándonos estadísticamente que existe una **correlación positiva moderada**.

Decisión estadística:

Como el sig. (Bilateral)= $p=0,000$ es menor a 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir se puede evidenciar estadísticamente que existe una correlación significativa, entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

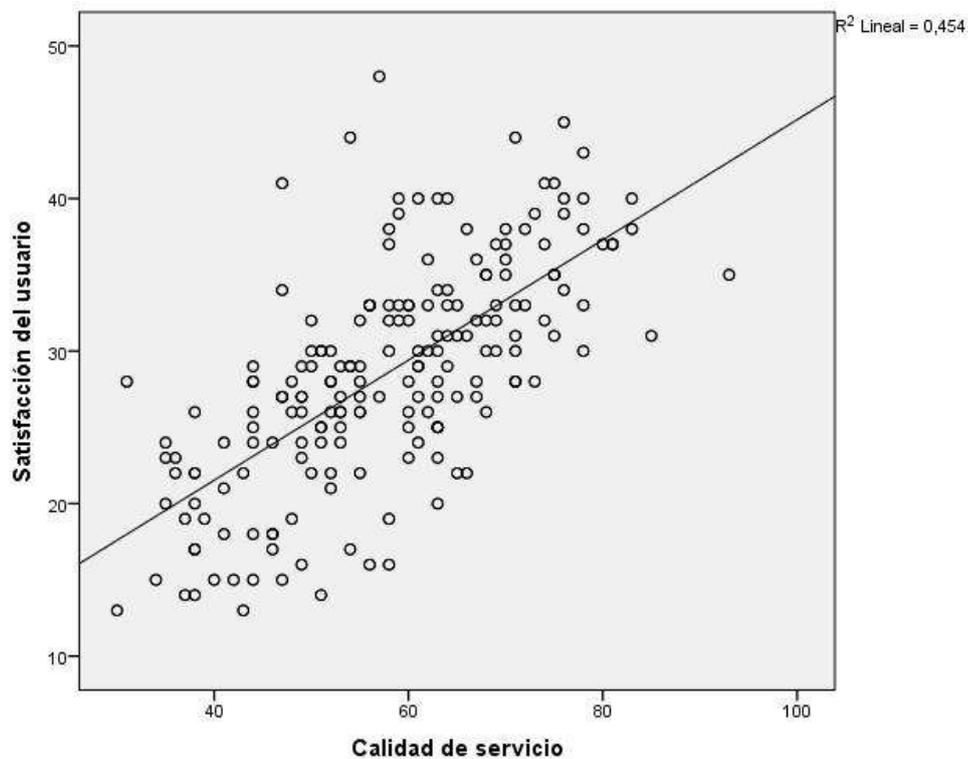


Figura 10. La calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios

4.2.2 Contrastación de la Hipótesis Específicas

Contrastación de la Primera Hipótesis Específica

H₀: Los recursos tangibles que ofrece la Universidad no se relacionan significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

H_a: Los recursos tangibles que ofrece la Universidad se relacionan significativamente con en el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

. **Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$**

. **Regla de decisión:**

- Si $p < \alpha$; se rechaza la hipótesis nula
- Si $p \geq \alpha$; se acepta la hipótesis nula

. **Prueba estadística:** Prueba de correlación de Spearman

Tabla 15.

Relación entre los recursos tangibles y el nivel de satisfacción de los usuarios

			Dimensión Tangibilidad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Dimensión Tangibilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,414**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	384	384
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,414**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	384	384

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

Descripción del grado de relación entre las variables

Los resultados del análisis estadístico dan cuenta de la existencia de una correlación **r=0,414**, entre los recursos tangibles y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016. , indicándonos estadísticamente que existe una relación positiva y con un nivel de **correlación positiva moderada**.

Decisión estadística

Como el sig. (Bilateral)= $p=0,000$ es menor a $0,05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir se puede evidenciar estadísticamente que existe una correlación significativa, entre los recursos tangibles que ofrece la Universidad se relacionan significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

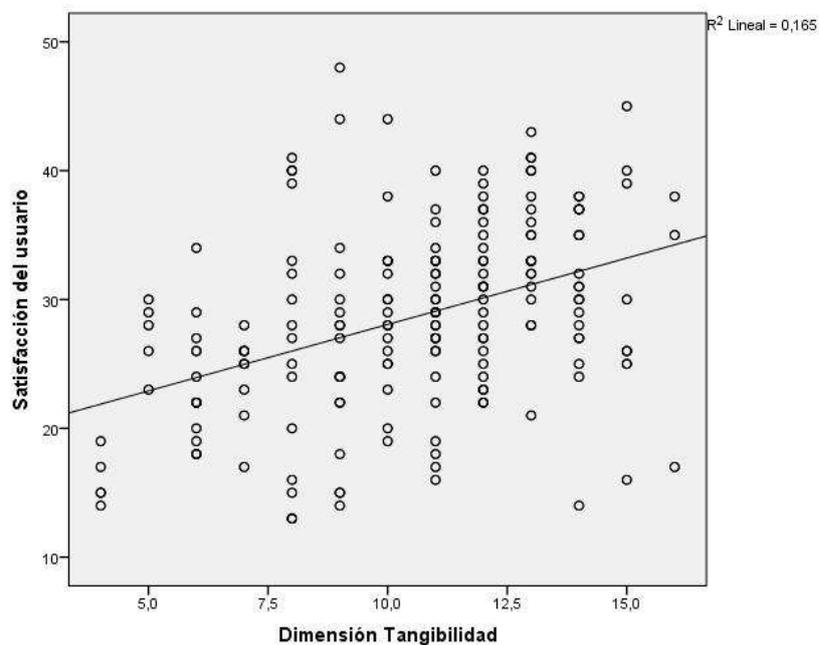


Figura 11. Los recursos tangibles y el nivel de satisfacción de los usuarios

Contrastación de la Segunda Hipótesis Específica

H₀: La confiabilidad brindada por el personal administrativo no se relacionan significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

H_a: La confiabilidad brindada por el personal administrativo se relacionan significativamente con en el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

. **Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$**

. **Regla de decisión:**

Si $p < \alpha$; se rechaza la hipótesis nula

Si $p \geq \alpha$; se acepta la hipótesis nula

. **Prueba estadística:** Prueba de correlación de Spearman

Tabla 16.

Relación entre la confiabilidad brindada y el nivel de satisfacción de los usuarios

			Dimensión Confiabilidad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Dimensión Confiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,515**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	384	384
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,515**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	384	384

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

Descripción del grado de relación entre las variables

Los resultados del análisis estadístico dan cuenta de la existencia de una correlación **$r=0,515$** , entre la confiabilidad brindada por el personal administrativo y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016., indicándonos estadísticamente que existe una relación positiva y con un nivel de **correlación positiva moderada**.

Decisión estadística

Como el sig. (Bilateral)= $p=0,000$ es menor a 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación significativa, entre la confiabilidad brindada por el personal administrativo y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

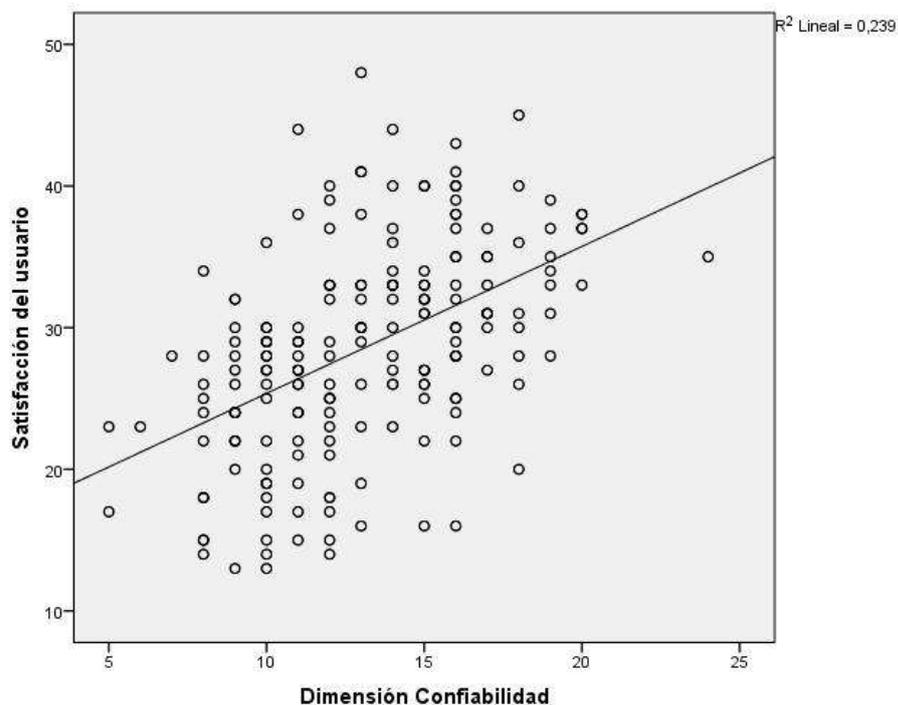


Figura 12. La confiabilidad brindada y el nivel de satisfacción de los usuarios.

Contrastación de la Tercera Hipótesis Específica

H₀: La capacidad de respuesta que demuestra el personal administrativo no se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

H_a: La capacidad de respuesta que demuestra el personal administrativo se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión–Huacho, 2016.

. **Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$**

. **Regla de decisión:**

Si $p < \alpha$; se rechaza la hipótesis nula

Si $p \geq \alpha$; se acepta la hipótesis nula

. **Prueba estadística:** Prueba de correlación de Spearman

Tabla 17.

Relación entre la capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción de los usuarios.

			Dimensión Capacidad de respuesta	Satisfacción del usuario
D	Rho de Spearman	Dimensión Capacidad de respuesta	1,000	,606**
e				,000
s		Satisfacción del usuario	,606**	1,000
c			,000	
			384	384

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

ripción del grado de relación entre las variables

Los resultados del análisis estadístico dan cuenta de la existencia de una correlación **r=0,606**, entre la capacidad de respuesta que demuestra el personal administrativo y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016., indicándonos estadísticamente que existe una relación positiva y con un nivel de **correlación positiva moderada**.

Decisión estadística

Como el sig. (Bilateral)= $p=0,000$ es menor a 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación significativa, entre la capacidad de respuesta que demuestra el personal administrativo y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

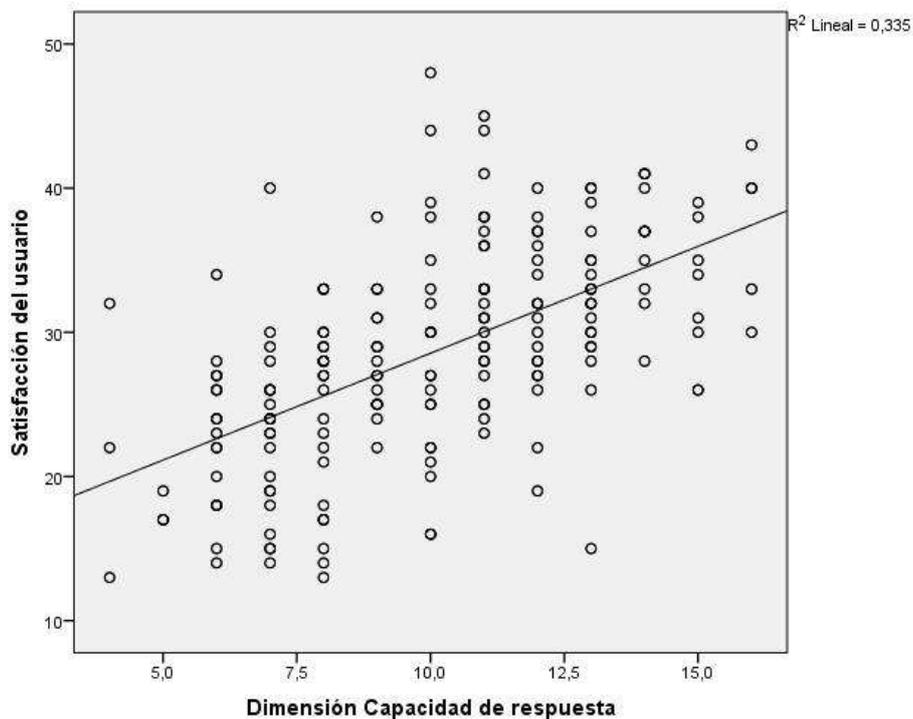


Figura 13. La capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción de los usuarios.

Contrastación de la Cuarta Hipótesis Específica

H₀: La seguridad mostrada en la atención por el personal administrativo no se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

H_a: La seguridad mostrada en la atención por el personal administrativo se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión–Huacho, 2016.

. Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$

. Regla de decisión:

Si $p < \alpha$; se rechaza la hipótesis nula

Si $p \geq \alpha$; se acepta la hipótesis nula

. Prueba estadística: Prueba de correlación de Spearman

Tabla 18.

Relación entre la seguridad mostrada y el nivel de satisfacción de los usuarios

			Dimensión Seguridad	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Dimensión Seguridad	Coefficiente de correlación	1,000	,654**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	384	384
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,654**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	384	384

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

Descripción del grado de relación entre las variables

Los resultados del análisis estadístico dan cuenta de la existencia de una correlación **r=0,654**, entre la seguridad mostrada en la atención por el personal administrativo y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino

Sánchez Carrión –Huacho, 2016., indicándonos estadísticamente que existe una relación positiva y con un nivel de **correlación positiva moderada**.

Decisión estadística

Como el sig. (Bilateral)= $p=0,000$ es menor a $0,05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación significativa, entre la seguridad mostrada en la atención por el personal administrativo y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

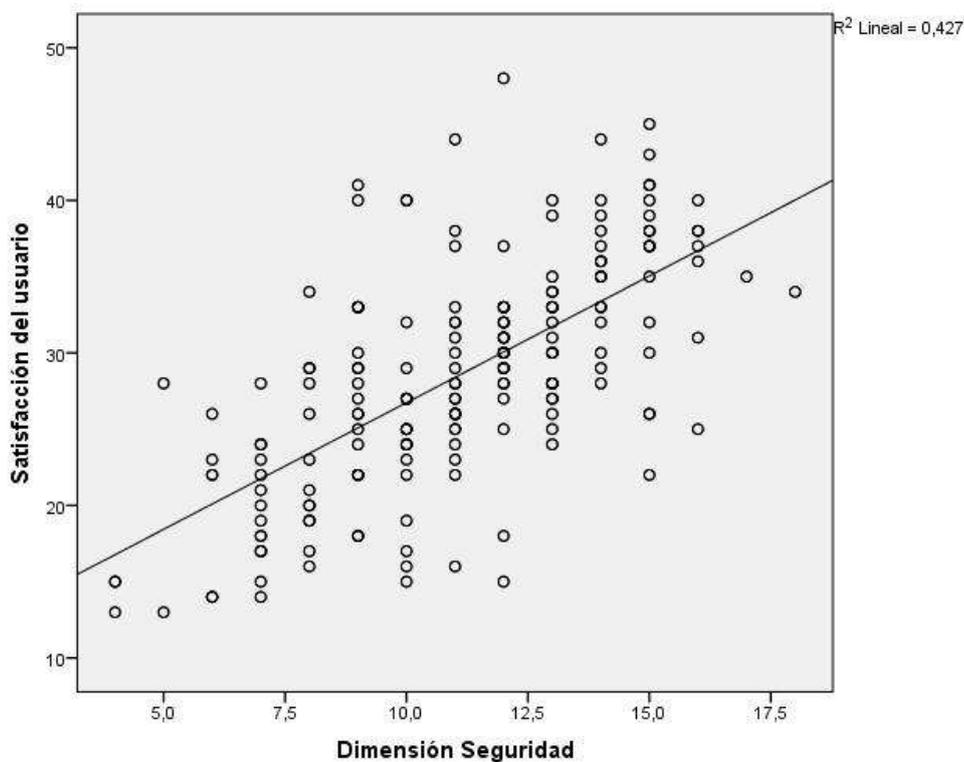


Figura 14. La seguridad mostrada y el nivel de satisfacción de los usuarios.

Contrastación de la Quinta Hipótesis Específica

H₀: La empatía brindada no se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

H_a: La empatía brindada se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión–Huacho, 2016.

. **Nivel de significancia: $\alpha = 0,05$**

. **Regla de decisión:**

Si $p < \alpha$; se rechaza la hipótesis nula

Si $p \geq \alpha$; se acepta la hipótesis nula

. **Prueba estadística:** Prueba de correlación de Spearman

Tabla 19.

Relación entre la empatía brindada y el nivel de satisfacción de los usuarios

			Dimensión Empatía	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Dimensión Empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,603**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	384	384
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	,603**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	384	384

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

Descripción del grado de relación entre las variables

Los resultados del análisis estadístico dan cuenta de la existencia de una correlación **r=0,603**, entre la empatía brindada y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la

Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016., indicándonos estadísticamente que existe una relación positiva y con un nivel de **correlación positiva moderada**.

Decisión estadística

Como el sig. (Bilateral)= $p=0,000$ es menor a 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Es decir se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación significativa, entre la empatía brindada y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

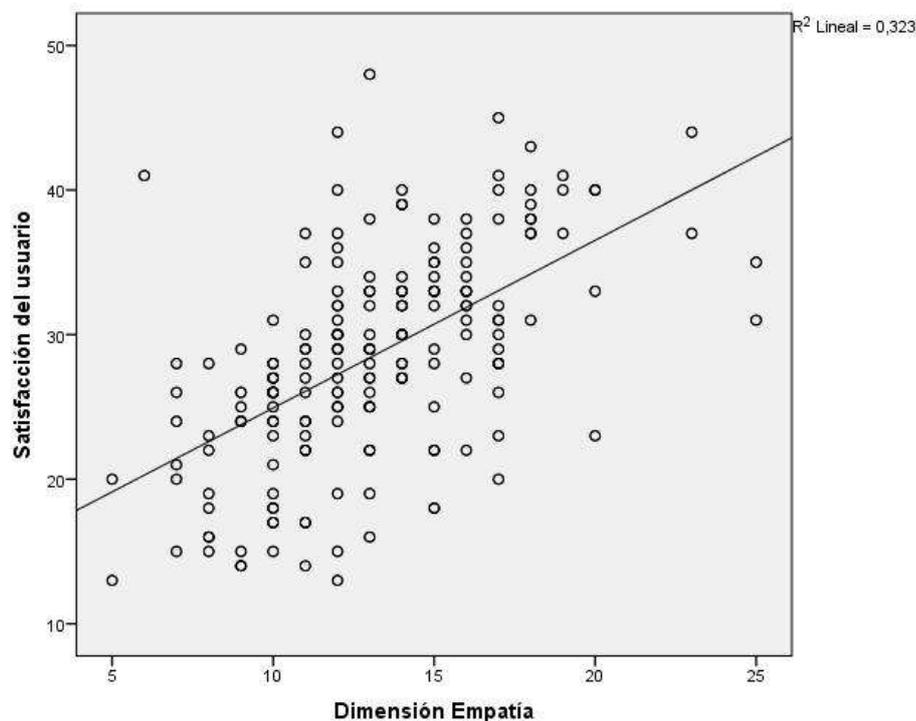


Figura 15. La empatía brindada y el nivel de satisfacción de los usuarios.



CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusiones

Después de los análisis realizados se puede evidenciar que existe una correlación positiva moderada entre las variables Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, es decir que a una mayor calidad de servicio le corresponde una mayor satisfacción del usuario y a una menor calidad de servicio le corresponde una menor satisfacción del usuario.

De igual manera, se coincide con los resultados obtenidos en otras investigaciones como las de:

Armas (2012), en su tesis: Calidad de servicio y nivel de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Sanagorán- Departamento de La Libertad. Encontró que: La calidad de servicio influye de manera favorable en el nivel de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Sanagorán, Como



consecuencia de su estudio pudo llegar a la conclusión, de que la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Sanagorán no es del todo satisfactoria, y esto se debe al fuerte contenido político en las decisiones que se toman y que no permiten mejorar los servicios que ofrece la Municipalidad.

Así también coincide con lo encontrado por Ibarra (2011), en su tesis de posgrado: Planeamiento estratégico y su relación con la gestión de la calidad en la Institución Educativa Kumamoto I N° 3092- Puente Piedra-Lima. Llegó entre otras conclusiones que existen relación significativa entre las dimensiones del planeamiento estratégico y la gestión de la calidad en dicha Institución Educativa. Por otro lado comprobó que existe una participación muy escasa por parte de los docentes en los procesos de elaboración de los documentos de planificación estratégica.

5.2 Conclusiones

A partir de los datos obtenidos del estudio realizado y de su posterior análisis e interpretación se llegó a las siguientes conclusiones:

1. **PRIMERA:** Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y en el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016., debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.694 representando una **correlación positiva moderada.**

El cuanto a la calidad de servicio el 49,0% de usuarios que se presentaron a realizar alguna gestión en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho 2016, manifestaron que la calidad de servicio es regular, un 27,1% sostienen que es deficiente y un 24,0% que es bueno.



Con respecto al nivel de satisfacción el 56,3 % de los usuarios encuestados manifestaron sentirse medianamente satisfecho, un 22,9% sostienen sentirse insatisfecho y un 20,8% que muestran sentirse satisfecho.

2. **SEGUNDA:** Existe una relación significativa entre los recursos tangibles que ofrece la universidad se relacionan significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho, 2016.debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.414, representando una **correlación positiva moderada** .

En cuanto a los recursos tangibles que posee la Universidad, el 58,9% de los usuarios afirman que se encuentra en un nivel regular, un 25,3% sostienen que se encuentra en un nivel deficiente y un 15,9% que se encuentra en un nivel bueno.

3. **TERCERA:** Existe una relación significativa entre la confiabilidad brindada por el personal administrativo y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016., ya que la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.515, representando una **correlación positiva moderada**.

En cuanto a la confiabilidad brindada por el personal administrativo de la Universidad, el 48,2% de los usuarios afirman que se encuentra en un nivel regular, un 36,2% sostienen que se encuentra en un nivel deficiente y un 15,6% que se encuentra en un nivel bueno.

4. **CUARTA:** Existe una relación significativa entre la capacidad de respuesta que demuestra el personal administrativo se relaciona significativamente con el nivel



de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016., porque la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.606, representando una **correlación positiva moderada**.

En cuanto a la capacidad de respuesta que muestra el personal administrativo de la Universidad, el 42,4% de los usuarios afirman que se encuentra en un nivel regular, un 35,4% sostienen que se encuentra en un nivel deficiente y un 22,1% que se encuentra en un nivel bueno.

- 5. QUINTA:** Existe una relación significativa entre la seguridad mostrada en la atención por el personal administrativo y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016, ya que la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.654, representando una **correlación positiva moderada**.

En cuanto a la seguridad mostrada en la atención por el personal administrativo de la Universidad, el 48,4% de los usuarios afirman que se encuentra en un nivel regular, un 29,7% sostienen que se encuentra en un nivel deficiente y un 21,9% que se encuentra en un nivel bueno.

- 6. SEXTA:** Existe una relación significativa entre la empatía brindada y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016., porque la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.603, representando una **correlación positiva moderada**.

En cuanto a la empatía brindada por el personal administrativo de la Universidad, el 58,1% de los usuarios afirman que se encuentra en un nivel regular, un 24,2%



sostienen que se encuentra en un nivel deficiente y un 17,7% que se encuentra en un nivel bueno.

5.3 Recomendaciones

De acuerdo a los resultados de la investigación se enuncian algunas recomendaciones a considerar para su aplicación a nivel de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión:

1. **Primera:** La Alta Dirección de la UNJFSC debe elaborar un Plan de Gestión de la Calidad detallado y específicamente orientado a las necesidades que tiene la universidad para la posterior implementación de un Sistema de Gestión de la calidad (ISO 9001:2015) con la finalidad de elevar la calidad de atención al público usuario y que servirá para su posterior Licenciamiento Institucional.
2. **Segunda:** La Oficina de Recursos Humanos de la UNJFSC debe elaborar un Manual de Buenas Prácticas en la Atención a Usuarios y desarrollar cursos de capacitación permanente basadas en la excelencia del servicio al usuario, dirigidas al personal administrativo para la implementación de estas buenas prácticas y que posteriormente sea monitoreado por los jefes administrativos a fin de constatar el cumplimiento de la atención adecuada por parte del personal, así como también uniformar e identificar a todo personal administrativo, con la finalidad de superar las deficiencias encontradas en las dimensiones de la calidad de servicio: Confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Con el objetivo de



lograr aumentar la satisfacción de los usuarios internos y externos de la universidad.

3. Tercera: En la oficina de Trámite documentario de la UNJFSC debe instalarse plataformas de orientación al público usuario, en las modalidades: Presencial, telefónico y virtual (chat Institucional) con la finalidad de brindar información que permita cubrir las necesidades de conocimiento respecto al procedimiento administrativo a seguir de algún trámite documentario. Todo ello ayudaría a superar las deficiencias encontradas en las dimensiones de la calidad de servicio: Confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Con el objetivo de lograr aumentar la satisfacción de los usuarios de la universidad.

4. Cuarta: El Área de Planificación de la UNJFSC debe incluir dentro de su presupuesto anual la construcción de una adecuada infraestructura física y la mejora de aquellas actuales instalaciones destinadas a la atención del público usuario, así como la adquisición de equipos de acceso a la información y computadoras de última generación para que el personal tenga los recursos necesarios para cumplir adecuadamente su labor.

Con la finalidad de superar las deficiencias encontradas en la dimensión: Elementos Tangibles, para alcanzar un nivel óptimo y competitivo encaminado a la excelencia.

5. Quinta: Desarrollar posteriores investigaciones causales basadas en métodos estadísticos, que permitan profundizar la medición de las variables, dada la



relación encontrada entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la presente investigación.

CAPÍTULO VI: LISTA DE REFERENCIAS

- American Psychological Association. (2010). *Publication Manual of the American Psychological Association*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Armas Sandoval, L. (2012). *Calidad de Servicio y Nivel de Satisfacción de los Usuarios de la Municipalidad Distrital de Sanagorán*. (Tesis de Pregrado , Universidad Nacional de Trujillo,Perú). Obtenido de <http://www.creativecommons.org>
- Berry, L., Parasuram, A., & Zeithalm, V. (1991). *Marketing en las empresas de servicio*. México: Grupo Editorial Norma.
- Bizquerra Alzina, R. (2009). *Metodología de la Investigación Educativa*. Madrid: La Muralla S.A.
- Campos Soto, R. (2013). Calidad de servicio percibido según modelo SERVQUAL, del hospital Santa María del Socorro y su relación con la satisfacción de los pacientes . *Enfermería en la vanguardia*, 1-13.
- Carrasco Díaz, S. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima : San marcos.



- Castillo Montes de Oca, E. R., Marin Garcia , S., Álvarez Gonzales, N. G., & Martín Santos, A. (2016). Nivel de satisfacción de los usuarios de la biblioteca de la Universidad de Ciencias Médicas de las Tunas. *Revista Electrónica Dr. Zoilo E. Marinello Vidaurreta*, 41. Obtenido de <http://revzoilomarinellos.com/index.php/zmv/articulo/view/860>
- Cronin, J., & Taylor, S. (1994). SERVPERF vs SERVQUAL Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 125-131.
- Duque Oliva , E. J. (2005). Revisión del concepto de Calidad de Servicio y sus modelos de medición. *Innovar, revista de Ciencias Administrativas y sociales*, 3-17.
- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: La gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Díaz de Santos.
- Hernández Sampieri, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Horovitz, J. (1991). *La calidad del servicio*. España: Mc Graw Hill.
- Ibarra Alva, A. (2011). *Planeamiento estratégico y su relación con la gestión de la calidad de la Institución Educativa Kunamoto I*. (Tesis de Maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú). Obtenido de <http://cyberesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/1674>
- Kotler, P. (1997). Mercadotecnia. En P. Kotler, *Mercadotecnia* (pág. 720). México: Pearson.
- Pérez pico, G. (2011). *La calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la cooperativa de transportes Flota Pelileo*. (Tesis de Pregrado, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador). Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/1104>



Ramirez, T., Nigenda, G., & Nájera, P. (1998). Percepción de la calidad de la atención de los servicios de salud en México: Perspectiva de los usuarios. *Salud pública de México*, 1-10.

Ruíz Bolívar, C. (2002). *Instrumentos de Investigación Educativa*. Caracas: Fedupel.

Traverso Bedón, I. (2008). *Calidad de Servicio y satisfacción del Usuario de ElectroSur*

S.A, regiones Moquegua y Tacna. (Tesis de maestría,Universidad Privada de

Tacna, Tacna). Obtenido de <http://docslide.net/documents/relacion-de-tesisxls.html>



ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN-HUACHO, 2016”



PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016?</p> <p>Problemas específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> ¿En qué medida los recursos tangibles que ofrece la universidad se relacionan con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016? ¿En qué medida la confiabilidad brindada por el personal administrativo se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016? ¿En qué medida la capacidad de respuesta que demuestra el personal administrativo se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016? 	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar la medida en que los recursos tangibles que ofrece la universidad se relacionan con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016 Establecer la medida en que la confiabilidad brindada por el personal administrativo se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016 Precisar la medida en que la capacidad de respuesta que demuestra el personal administrativo se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016 	<p>Hipótesis General</p> <p>La calidad de servicio se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016.</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> Los recursos tangibles que ofrece la universidad se relacionan significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016 La confiabilidad brindada por el personal administrativo se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016 La capacidad de respuesta que demuestra el personal administrativo se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016 	<p>Variable 1</p> <p>Calidad de Servicio</p>	<p>Tangibilidad</p> <p>Confiabilidad</p> <p>Capacidad de respuesta</p> <p>Seguridad</p> <p>Empatía</p>	<p>.Equipos modernos</p> <p>. Instalaciones físicas atractivas</p> <p>. Apariencia del personal</p> <p>. Material informativo</p> <p>. Cumplimiento del servicio prometido</p> <p>. Grado de compromiso</p> <p>. Solución rápida a problemas</p> <p>. Servicio rápido y ágil</p> <p>. Transmisión de confianza</p> <p>. Seguridad</p> <p>. Amabilidad</p> <p>. Personal calificado</p> <p>. Atención personalizada</p> <p>. Horarios adecuados</p> <p>. Buena comunicación</p> <p>. Comprensión con el usuario.</p>	<p>Enfoque</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Tipo de Investigación</p> <p>Aplicada</p> <p>Nivel de Investigación</p> <p>Correlacional</p> <p>Diseño de Investigación</p> <p>No experimental</p> <p>Transversal.</p> <p>El diagrama de relación es:</p> <div style="text-align: center;"> <p>O(x)----- (r) ----- O(y)</p> </div> <p>M: Muestra de investigación</p> <p>Ox: Observación de la variable calidad de servicio</p> <p>Oy: Observación de la variable satisfacción de los usuarios</p> <p>r: Relación entre variables</p>



Ley N° 30035 Ley que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación

<p>4. ¿En qué medida la seguridad mostrada en la atención por el personal administrativo se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho, 2016?</p> <p>5. ¿En qué medida la empatía brindada se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016?</p>	<p>4. Determinar la medida en que la seguridad mostrada en la atención por el personal administrativo se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho, 2016</p> <p>5. Determinar la medida en que la empatía brindada se relaciona con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016</p>	<p>4. La seguridad mostrada en la atención por el personal administrativo se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho, 2016</p> <p>5. La empatía brindada se relaciona significativamente con el nivel de satisfacción de los usuarios, de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión –Huacho, 2016</p>	<p>Variable 2</p> <p>Satisfacción de los usuarios</p>	<p>Lealtad</p> <p>Difusión Gratuita</p> <p>Posicionamiento en el mercado</p>	<p>.Fidelización del usuario</p> <p>. Recomendación a otros usuarios</p> <p>. Nivel de participación en el mercado</p>	<p>Población Los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.</p> <p>Muestra No Probabilístico casual o accidental, conformado por 384 usuarios.</p>
--	--	--	---	--	--	--



ANEXO 02

**UNIVERSIDAD NACIONAL
 JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**

CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LA “UNIVERSIDAD JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN”

Objetivo: Conocer la calidad de servicio que se brinda al público usuario de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Instrucciones: Por favor indique hasta qué punto se encuentra de acuerdo o no con los siguientes aspectos del servicio que recibió de la UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN. Marque con una (X) la letra que corresponda, siguiendo la escala que se indica a continuación:

TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
1	2	3	4	5

VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO									
DIMENSIÓN 1: TANGIBILIDAD					5	4	3	2	1
1.	La Universidad tiene equipos y nuevas tecnologías de apariencia moderna.								
2.	Las instalaciones físicas de la Universidad son cómodas y visualmente atractivas.								
3.	El personal administrativo de la Universidad tiene una apariencia pulcra								
4.	En la Universidad, los materiales relacionados con el servicio (como los folletos o los comunicados) son visualmente atractivos y claros.								
DIMENSIÓN 2: CONFIABILIDAD					5	4	3	2	1
5.	Cuando en la Universidad se le promete hacer algo en una fecha determinada, lo cumple.								
6.	Cuando el usuario tiene un problema, la Universidad muestra un sincero interés por solucionarlo.								
7.	El personal administrativo presta habitualmente bien el servicio.								
8.	La Universidad lleva a cabo sus servicios en el tiempo prometido.								
9.	La Universidad pone énfasis en mantener sus registros								
DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA					5	4	3	2	1
10.	El personal administrativo de la Universidad le comunica con exactitud y sinceridad acerca de cuándo concluirá la realización del servicio.								



11.	El personal administrativo de la Universidad le proporciona un servicio rápido y ágil.					
12.	El personal administrativo de la Universidad siempre está dispuesto a ayudarle.					
13.	El personal administrativo de la universidad nunca está demasiado ocupados para responder a sus preguntas.					
DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD		5	4	3	2	1
14.	El comportamiento del personal administrativo de la Universidad le inspira confianza.					
15.	Se siente usted seguro en la realización de sus trámites con el personal administrativo de la Universidad.					
16.	El personal administrativo de la Universidad suele ser siempre amable con usted.					
17.	El personal administrativo de la Universidad posee los conocimientos suficientes para contestar a sus preguntas.					
DIMENSIÓN 5: EMPATÍA		5	4	3	2	1
18.	La Universidad da a los usuarios una atención individualizada.					
19.	La Universidad tiene unos horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios.					
20.	El personal administrativo de la Universidad se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.					
21.	La universidad cuenta con personal administrativo que ofrece una atención personalizada.					
22.	El personal administrativo de la Universidad conoce cuáles son sus necesidades específicas de usted como usuario					
VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO						
DIMENSIÓN 1: LEALTAD		5	4	3	2	1
23.	Volvería a utilizar otra vez los servicios de la Universidad, debido a su buena calidad de atención					
24.	En la próxima vez, consideraré a esta Universidad como mi primera opción					
25.	Hago uso de esta Universidad porque no existe otra Universidad Nacional más cercana					
26.	Pretendo continuar haciendo uso de esta Universidad					
DIMENSIÓN 2: DIFUSIÓN GRATUITA		5	4	3	2	1
27.	Recomendaré esta universidad a cualquier persona que busque mi consejo					
28.	Contaré aspectos positivos sobre la atención en esta Universidad a otras personas					
29.	Animaré a mis amigos y familiares a hacer uso de esta Universidad					
DIMENSIÓN 3: POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO		5	4	3	2	1
30.	La Universidad tiene un reconocimiento en el ámbito educativo a nivel regional					
31.	En el mercado universitario la Universidad Faustino es líder a nivel regional					
32.	Hago uso de esta universidad por su prestigio.					



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

VALIDEZ DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS DEL CUESTIONARIO CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO

TÍTULO: Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

AUTOR DEL INSTRUMENTO: Vásquez Trejo, César Wilfredo

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN.

INDICADORES	CRITERIOS	VALORACIÓN				
		DEFICIENTE 1	REGULAR 2	BUENO 3	MUY BUENO 4	EXCELENTE 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro y apropiado.					
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					
3. PERTINENCIA	Adecuado al avance de la tecnología.					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					
6. ADECUACIÓN	Adecuado para valorar el constructo o variable a medir					
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos.					
8. COHERENCIA	Entre las definiciones, dimensiones e indicadores.					
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la Investigación.					
10. SIGNIFICATIVIDAD	Es útil y adecuado para la investigación.					

II. OPINIÓN DE LA APLICABILIDAD:

III. PUNTAJE DE VALORACIÓN:

Lugar y Fecha:

 Firma del experto informante:
 Apellidos y Nombres;.....
 DNI N°



ANEXO 04

BASE DE DATOS

*CALIDAD Y SATISFACCIÓN.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	item1x	Numérico	8	0	la universidad ti...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	item2x	Numérico	8	0	las instalacione...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	item3x	Numérico	8	0	el personal ad...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	item4x	Numérico	8	0	en la universida...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	item5x	Numérico	8	0	cuando en al u...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	item6x	Numérico	8	0	cuadno el usua...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	item7x	Numérico	8	0	el personal ad...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	item8x	Numérico	8	0	la universidad il...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	item9x	Numérico	8	0	la universidad p...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	item10x	Numérico	8	0	el personal ad...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	item11x	Numérico	8	0	el personal ad...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	item12x	Numérico	8	0	el personaol ad...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	item13x	Numérico	8	0	el personal ad...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	item14x	Numérico	8	0	el comportamie...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	item15x	Numérico	8	0	se siente usted...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	item16x	Numérico	8	0	el personal ad...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	item17x	Numérico	8	0	el personal ad...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	item18x	Numérico	8	0	la universidad d...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	item19x	Numérico	8	0	la universiudad ...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	item20x	Numérico	8	0	el personal ad...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	item21x	Numérico	8	0	la universidad c...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	item22x	Numérico	8	0	el personal ad...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	item1y	Numérico	8	0	vovleria a utiliza...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables



*CALIDAD Y SATISFACCIÓN.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
24	item2y	Numérico	8	0	en la proxima v...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	item3y	Numérico	8	0	hago uso de la ...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
26	item4y	Númerico	8	0	pretendo contin...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
27	item5y	Númerico	8	0	recomendare e...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
28	item6y	Númerico	8	0	contare aspect...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
29	item7y	Númerico	8	0	animare a mis ...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
30	item8y	Númerico	8	0	la universidad ti...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
31	item9y	Númerico	8	0	en el mercado ...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
32	item10y	Númerico	8	0	hago uso de es...	{1, Totalme...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
33	Tangibilidad	Númerico	8	0	Dimensión Tan...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
34	Confiabilidad	Númerico	8	0	Dimensión Conf...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
35	Capacidad	Númerico	8	0	Dimensión Cap...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
36	Seguridad	Númerico	8	0	Dimensión Seg...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
37	Empatía	Númerico	8	0	Dimensión Em...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
38	Satisfacción	Númerico	8	0	Satisfacción de...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
39	Calidad	Númerico	8	0	Calidad de servi...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
40	satisf_cat	Númerico	8	0	Niveles de satis...	{1, Insatisfe...	Ninguna	14	Derecha	Ordinal	Entrada
41	cali_cat	Númerico	8	0	Niveles de calid...	{1, Deficient...	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
42	Tang_cate	Númerico	8	0	Elementos Tan...	{1, Deficient...	Ninguna	11	Derecha	Ordinal	Entrada
43	Confiab_cat	Númerico	8	0	Confiabilidad	{1, Deficient...	Ninguna	15	Derecha	Ordinal	Entrada
44	Capac_cat	Númerico	8	0	Capacidad de ...	{1, Deficient...	Ninguna	13	Derecha	Ordinal	Entrada
45	Seguri_cat	Númerico	8	0	Seguridad	{1, Deficient...	Ninguna	14	Derecha	Ordinal	Entrada
46	Empat_cat	Númerico	8	0	Empatía	{1, Deficient...	Ninguna	13	Derecha	Ordinal	Entrada
47											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo