



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

TESIS

**CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS
ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN
SUPERIOR TECNOLÓGICO LA BELLA LAGUNA AZUL-
POMATA, 2017**

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTORES:

Bach. Laquise Fuentes, Hermógenes Rómulo
Bach. Ccopa Vilca, Yolanda

PUNO – PERÚ

2017

ASESOR DE TESIS

Mg. Christian Ovalle Paulino

JURADO EXAMINADOR

DR. TAM WONG FERNANDO LUIS

MG. AGUIRRE VILLEGAS GUILLERMO DANIEL

MG. ARCE GUEVARA ERNESTO

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

Aquí el autor inicia su dedicatoria nombrando a Dios. Recuerda todos esos momentos de estrés que vivimos en la realización de nuestra tesis y toda la paciencia que le pediste a Dios para continuar y no morir en el intento. Viste como el autor en un pequeño párrafo pudo expresar mucho sin necesidad de extenderse.

Dedicado a mi asesor quien se ha tomado el arduo trabajo de transmitir sus diversos conocimientos especialmente del campo de los temas que corresponden a nuestra profesión, además de eso, ha sido el quien ha sabido encaminarnos por el camino correcto y quien nos ha ofrecido sabios conocimientos para lograr nuestras metas y lo que nos propusimos. Muchas gracias Sr. Asesor Cristian Ovalle.

Yolanda y Rómulo

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mi Universidad Privada Telesup, por haberme permitido formarme y en ella, gracias a todas las personas que fueron partícipes de este proceso, ya sea de manera directa o indirecta, gracias a todos ustedes, fueron ustedes los responsables de realizar su aporte grandioso, que el día de hoy se vería reflejado en la culminación de mi paso por la Universidad. Gracias a Dios, que fue mi principal apoyo y motivador para cada día continuar sin tirar la toalla.

Este es un momento muy especial que espero, perdure en el tiempo, no solo en la mente de las personas a quienes agradecí, sino también a quienes invirtieron su tiempo para echarle una mirada a mi proyecto de tesis; a ellos asimismo les agradezco con todo mi ser.

Mi agradecimiento se dirige a quien ha forjado mi camino y me ha dirigido por el sendero correcto, a Dios, el que en todo momento está conmigo ayudándome a aprender de mis errores y a no cometerlos otra vez. Eres quien guía el destino de mi vida.

Te lo agradezco Padre Celestial

Yolanda y Rómulo

RESUMEN

El presente trabajo, titulado “Calidad del servicio y satisfacción de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul - Pomata, 2017”, se propuso el objetivo de determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes del centro de estudios en mención. Para lo cual se recurrió a la utilización de instrumentos de recolección de datos, usándose la escala Likert, siendo una estrategia la aplicación de los test sin ningún tipo de supervisión y sin nombres, lo que permitió obtener una opinión real, sin presión en los alumnos, acerca de lo cuán satisfechos están o no, y qué aspectos consideran que está mal. Los resultados obtenidos después de haber sido analizados estadísticamente, muestran que sí existe influencia entre la calidad de servicio y la satisfacción del estudiantes; siendo ésta bastante alta con un 99% de satisfacción (valores que se encuentran entre Regular y Buena). El 54% de los encuestados considera que la calidad de atención es Buena, y un 20% considera que es excelente, sumando ambos valores representa el 74% de los encuestados con aprobación. Mientras un 26% considera que es mal. Por lo que se concluye que estos datos muestran que existe un porcentaje alto de satisfacción, pero se tiene que trabajar aún más para reducir el porcentaje negativo, que puede deberse a varios otros factores.

Palabras clave: calidad, servicio, satisfacción.

ABSTRACT

The present work, entitled "Quality of service and satisfaction of the students of the Institute of Higher Technological Education La Bella Laguna Azul - Pomata, 2017", proposed the objective of determining the relationship between the quality of the service and the satisfaction of the students of the center of studies in mention. For which we resorted to the use of data collection instruments, using the Likert scale, being a strategy the application of the tests without any supervision and without names, which allowed to obtain a real opinion, without pressure on the students, about how satisfied they are or not, and what aspects they consider to be wrong. The results obtained after having been analyzed statistically, show that there is an influence between the quality of service and student satisfaction; this being quite high with 99% satisfaction (values that are between Regular and Good). 54% of respondents consider that the quality of care is good, and 20% consider it excellent, adding both values represents 74% of the respondents with approval. While 26% believe it is wrong. So it is concluded that these data show that there is a high percentage of satisfaction, but you have to work even harder to reduce the negative percentage, which may be due to several other factors.

Keywords: quality, service, satisfaction.

INDICE

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
INDICE	viii
INDICE DE FIGURAS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
INTRODUCCIÓN.....	13
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1. Planteamiento del problema.....	15
1.2. Formulación del problema.....	17
1.3. Justificación y aportes del estudio.....	18
1.4. Objetivos de la investigación.....	20
1.4.1. Objetivo General	20
1.4.2. Objetivos Específicos	20
II. MARCO TEÓRICO	21
2.1. Antecedentes de la investigación.....	21
2.1.1. Antecedentes nacionales	21
2.1.3. Antecedentes Internacionales	23
2.2. Bases Teóricas de las variables.....	25
2.2.1 Calidad de servicio	25
2.2.2 Satisfacción del cliente.....	29
III. MARCO METODOLOGICO	32
3.1. Hipótesis de la Investigación.....	32
3.1.1. Hipótesis General.....	32

3.1.2. Hipótesis Específicas	32
3.2. Variables de estudio.....	33
3.2.1. Definición conceptual	33
3.3 Definición operacional.....	35
3.3.1 Operacionalización de variables.....	35
3.3. Tipo y nivel de investigación	42
3.3.1. Tipo de investigación.....	42
3.3.2. Nivel de investigación.....	42
3.4. Diseño de Investigación	43
3.5. Población y muestra de estudio	43
3.5.1. Población	43
3.5.2. Muestra	43
3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	44
3.6.1. Técnicas de recolección de datos	44
3.6.2. Instrumentos de recolección de datos	44
3.7. Métodos de análisis de datos.....	46
3.8. Aspectos éticos.....	46
IV. RESULTADOS	48
4.1. Resultados.....	48
V. DISCUSIÓN	68
5.1 Análisis de discusión de resultados.....	68
VI. CONCLUSIONES.....	72
6.1 Conclusiones	72
VII. RECOMENDACIONES.....	74
7.1 Recomendaciones	74
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	75
ANEXOS.....	77
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	77

Anexo 2: Matriz de Operacionalización de variables	79
Anexo 3: Instrumento (Encuesta)	86

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Calidad	25
Figura 2: Calidad de servicio y competitividad	27
Figura 3: Niveles de calidad de servicio	28
Figura 4: Dimensiones de la calidad de servicio	29
Figura 5 Elementos de la satisfacción e insatisfacción.....	31

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tabla de resultados del Alfa de Cronbrach	45
Tabla 2. Validación de Expertos	45
Tabla 3. Correlación de Pearson.....	50
Tabla 4. Resumen de los casos analizados, Calidad de Servicio y Satisfacción del usuario	50
Tabla 5. Valores de la media y Desviación estándar de la Variable Calidad de Servicio	52
Tabla 6. Tabla de Categorías de Calidad del Servicio.....	53
Tabla 7. Tabla de Distribución de Frecuencias de la Calidad de Atención	53
Tabla 8. Tabla de Estadísticos Descriptivo de la variable satisfacción	54
Tabla 9. Tabla de categorías para la clasificación de las preguntas del test.	55
Tabla 10. Tabla de resultados de la Variable Satisfacción del usuario.	55
Tabla 11. Relación entre Trato en la Atención vs la Satisfacción del usuario.....	57
Tabla 12. Tabla de la prueba de Chi cuadrada para las variables de Trato en la atención Vs la Satisfacción del usuario	58
Tabla 13. Tabla de Correlación para la Variable Trato en la atención vs la satisfacción del usuario.....	59
Tabla 14. Estadísticos Descriptivos de la Variable PROTOCOLOS DE ACTUACION	60
Tabla 15. Tabla de Datos para la variable de Protocolos de Actuación.....	60
Tabla 16. Tabla de Chi cuadrado para las variables Protocolos de actuación / Satisfacción del usuario	61
Tabla 17. Tabla de la Chi cuadrada para las variables de Protocolos de actuación / Satisfacción del usuario	62
Tabla 18. Tabla de Correlación de Pearson para las variables Protocolos de Actuación / Satisfacción del usuario	63
Tabla 19. Tabla de Frecuencias para la variable Capacitación de Personal	64
Tabla 20. Prueba de la chi cuadrado para las variables de Capacitación al Personal / Satisfacción del usuario	65

Tabla 21. La prueba de la chi cuadrada para las variables de Capacitación al personal / Satisfacción del usuario 66

Tabla 22. Tabla de Correlación de Pearson para las variables Protocolos de Actuación / Satisfacción del usuario 67

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, una de las áreas más estudiadas es cómo satisfacer al usuario en los diferentes aspectos de la vida humana. Resulta imperativo buscar la perfección y obtener una percepción de calidad en un mundo tan cambiante y donde la competencia es cada vez mayor.

Existen gran cantidad de instituciones educativas, pero las que se mantienen en el futuro, son aquellas donde la calidad y la percepción de una buena satisfacción, hará que todo esfuerzo y sacrificio, sea en beneficio de las personas, alumnos y padres de familia.

En este trabajo se ha pretendido analizar y observar el comportamiento de los alumnos y su percepción de calidad de los mismos frente a esta institución educativa, siendo la principal motivación, la mejora constante de los productos y servicios que se ofrecen a nivel cognoscitivo. Es importante conocer cuáles son los puntos débiles y cuáles los fuertes; es por ello que se ha realizado un estudio entre los alumnos de esta casa de estudios y conocer sus opiniones.

A continuación, se describe brevemente el contenido de este documento, es decir todos los puntos a tratar en cada capítulo para su mejor entendimiento.

El **capítulo I** hace referencia al problema de la investigación, el cual consiste en dar a conocer la descripción de la realidad del problema, como a su vez describir los problemas que lleva al investigador realizar el presente trabajo de manera detallada, como también los objetivos de la investigación.

En el **capítulo II** se presenta el marco teórico, donde se dará a conocer los antecedentes de la investigación, tanto como nacionales e internacionales, así como también las bases teóricas de las variables y la definición de términos básicos.

En el **capítulo III** se describe el marco metodológico, el cual consiste en determinar las hipótesis y a la vez las variables de estudio, el tipo y diseño de investigación, la población y muestra seleccionada para el estudio de la investigación, la operacionalización de las variables, las técnicas de recolección y procesamiento de la información y los aspectos éticos que se debe tomar en cuenta.

El **capítulo IV** aborda la presentación, el análisis y la interpretación de los resultados, que se dio a través de las entrevistas y encuestas que se hizo a los alumnos del CETPRO, para la validación de las hipótesis y de este modo probar los objetivos planteados.

Finalmente, se presentan las conclusiones y las recomendaciones respectivamente a las que se ha llegado respecto al problema en cuestión y acerca de la solución planteada.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad, la búsqueda de la calidad en los servicios representa una de las principales tendencias en el sector de las ventas (en realidad en todos los ámbitos) y es precisamente esta calidad lo que distingue a las empresas con éxito de aquellas que permanecen en la media. “La excelencia en servicio, solo es posible cuando la satisfacción de las expectativas del cliente ha sido superada. Ignorar cuales son los valores de los clientes es una actitud arrogante y descuidada” (Tigani, 2006).

Cuando una empresa proporciona un mal servicio a sus clientes o usuarios no existe excusa que valga, mientras que cuando ofrecemos servicios de excelencia siempre se incurrirá en menores costos y se asegurará un mejor futuro para nuestra organización. “Servicio es “vender” puesto que estimula a los clientes a regresar a la empresa con mayor frecuencia y a comprar más. De acuerdo con un estudio realizado por American Management Association, las compras realizadas por clientes leales, quienes recurren una y otra vez a una organización porque están satisfechos con los servicios recibidos, representan 65 por ciento del volumen de ventas promedio de una empresa” (Carro & González, 2012). De tal manera que estos aspectos, aunque orientados más a la parte académica, son sin duda una buen arranque de lo que la administración actual exige, dirige sus esfuerzos hacia la plena consecución de la satisfacción de las necesidades y

expectativas de todos los grupos de interés que forman parte, en este caso, del Instituto De Educación Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul-Pomata, con R.M. 670-2015-MINEDU.

Sin embargo, la realidad en la que se halla y la falta de capacitación del propio personal sobre una buena administración, que se encuentre orientada hacia la excelencia, son aspectos álgidos en este momento, debido a las enormes brechas de idiosincrasia del personal y usuarios, la falta de profesionalismo y de escasos conocimientos sobre la atención de calidad, lo cual hace que en ocasiones el trabajo planteado, así como las metas propuestas, no lleguen a concretizarse.

Los costos que se deben pagar por no prestar atención a estos problemas que se vive cada día, así como una buena formación en temas referentes a la calidad de atención al usuario, podría dañar la imagen y la marca de la entidad, y ello, de manera directa o indirecta, la afectaría económicamente. El incumplimiento de los estándares de calidad y de una buena administración, tanto de personas como de bienes, haría de esta gestión una “bomba de tiempo”, que por alguna mínima falla, empiece a existir quejas y reclamos. Razón por la cual se aprecia en algunos casos, las protestas airadas de estudiantes que se ven molestos por la inactividad de los trámites que no son cumplidos en su debido momento; en algunos casos, los elevados costos de trámites, que al parecer de un usuario son excesivos, la falta de material y otros que no puedan desarrollar dentro y fuera de la institución, son muestras claras de esta actitud del usuario (en este caso estudiantes o familiares), que ven sus derechos burlados. A esto le sumamos, la poca delicadeza y poco interés por resolver o solucionar estos problemas del personal que labora y está encargado de este asunto, dando la apariencia, que solo se busca que se

cumplan con los pagos nada más, y no se da solución a los problemas mínimos y de infraestructura en que se encuentra actualmente.

Existen muchos atenuantes y puntos de vista que atender, pero la solución es que el equipo en su conjunto estén orientados en una sola mira, un objetivo común, y esto solo se dará con las respectivas capacitaciones, dando facilidades al personal para que adquiera la formación necesaria, para que cumpla con sus actividades de manera satisfactoria. Implementar normas y actitudes de trabajo en equipo y con una buena administración tanto de recursos materiales y de personal, en favor de lograr las mejoras y tener un efecto positivo en el trato hacia los usuarios, que a las finales las veremos reflejadas en una mejora de las expectativas que los usuarios tienen sobre esta institución.

1.2. Formulación del problema

¿Qué relación existe entre la calidad del servicio con la satisfacción de los estudiantes del instituto de educación superior tecnológico La Bella Laguna Azul-Pomata, 2017?

Problemas Específicos

- ¿Qué relación existe entre el trato a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata, 2017. con la calidad del servicio recibido del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata 2017?

- ¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los estudiantes sobre la Calidad del servicio del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata 2017?
- ¿Qué relación existe entre la confiabilidad y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata 2017?
- ¿Qué relación existe entre las capacitaciones al personal y la calidad del servicio del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata 2017?

1.3. Justificación y aportes del estudio

Teórica:

El presente trabajo de investigación es importante porque la afirmación teórica permite identificar la relación de calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata, utilizando como herramienta de medición la encuesta, teniendo en cuenta ciertos aspectos que permitirán medir la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes, de manera que se puedan corregir aquellos puntos críticos del nivel de calidad de servicio y satisfacción del cliente. Este análisis se efectuará en el del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul - Pomata, 2017.

Práctica:

El presente trabajo de investigación tiene una justificación práctica porque el estudio se puede aplicar a cualquier tipo de institución de educación superior, debido al poderoso crecimiento de este tipo de instituciones a nivel nacional.

Metodológica:

Siendo una investigación correlacional de diseño no experimental transversal, los resultados se obtendrán en base a información sobre la relación de la calidad del servicio y satisfacción de los del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata, 2017. El instrumento para obtener los datos está diseñado a través de la aplicación de encuestas a los clientes de la entidad en mención.

Social:

En el aspecto social, este trabajo pretende brindar un aporte a los administradores de las instituciones de educación superior, ya que gracias a los resultados de la investigación ellos podrán orientarse y corregir los puntos débiles y fortalecer sus habilidades para que su calidad de servicio y satisfacción de sus estudiantes sea mejor.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo General

- Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul - Pomata, 2017.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Determinar la relación entre el trato a los estudiantes y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul - Pomata, 2017.
- Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul - Pomata, 2017.
- Determinar la relación entre la confiabilidad y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul - Pomata, 2017.
- Determinar la relación entre las capacitaciones al personal y la calidad del servicio a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul - Pomata, 2017.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes nacionales

Según el estudio realizado por **Najarro Guzmán** (2015), en su tesis “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013” tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, asimismo, conocer la relación que existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario de este mismo lugar; la metodología de investigación empleada es teórica y de enfoque cuantitativo, de diseño descriptivo, no experimental, transaccional y correlacional, siendo su población fue de 19417 personas, cuya aplicación de instrumento fue SERVQUAL, con un cuestionario de 22 ítems cuyas dimensiones miden: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía e intangibles. La conclusión de este trabajo es que existe una correlación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y satisfacción de los usuarios. Además, la relación entre calidad de servicio y satisfacción es regular, según los encuestados.

Se encontró otra tesis realizada por **Malena y Garcia** (2014), titulada “Calidad de Servicio y Satisfacción de los clientes del Banco Ripley - Agencia Mall Aventura Plaza, Trujillo, año 2011, Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo- Perú”. El objetivo de este estudio consiste en determinar la influencia de los factores de calidad de

servicios en el grado de satisfacción de los clientes, y, de igual modo, medir el nivel de satisfacción del cliente y los factores de calidad de servicio del mismo banco. El diseño de investigación empleado fue la Técnica de Incidentes Críticos (TIC); además, se utilizó el Muestreo Probabilístico. En este trabajo, a las conclusiones que llegaron los investigadores son que cada factor de calidad de servicio son determinantes en la satisfacción de los clientes con un 99% de confianza, lo cual se puede comprobar con los indicadores. Además, al no cumplir con las expectativas, el resultado afecta directamente con el estado emocional de cada cliente.

Por otro lado, el trabajo de investigación “El grado de satisfacción de la calidad de servicio y el costo-oportunidad que genera incursionar en el sistema de justicia de lima, de las mujeres asalariadas víctimas de VCM en relaciones de pareja durante el año 2015”, realizado por **Palacios, Gisela** (2015), tiene como objetivo evaluar el grado de satisfacción de la calidad de servicio y el costo-oportunidad que genera incursionar en el sistema de justicia de Lima, de las mujeres asalariadas víctimas de VCM en relaciones de pareja durante el año 2015, asimismo, se busca identificar los costos relacionados con la calidad de servicio que pueda brindar el sistema judicial. El diseño de investigación que se utilizó fue mixto; es decir, diseño exploratorio cualitativo fenomenológico y diseño descriptivo simple. Por otro lado, la población es de 8980 mujeres y la muestra es no probabilística. Se utilizaron 2 tipos de instrumentos: entrevista estructural y cuestionario estructurado; con el fin de la recolección de datos para un óptimo desarrollo de la investigación.

2.1.3. Antecedentes Internacionales

Según el estudio realizado por **Carlos y Schmalbach** (2011) en su trabajo de investigación “Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales”, publicado en la Revista Electrónica de Investigación Educativa, tiene por objetivo proponer el uso de un de un modelo de ecuaciones estructurales cuya finalidad es determinar la calidad de servicio en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena.; la metodología empleada es cuantitativo, su población fueron los mismos estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, 1877 personas, y se aplicó una encuesta estructurada de 21 ítems. Las conclusiones a las que llegó el investigador fueron las siguientes: está demostrado que el modelo aplicado permite evaluar la calidad de servicio de forma totalmente exitosa en diferentes centros educativos. Además, identifica los puntos claves para mejorar la satisfacción de los estudiantes, por lo cual conlleva a la recomendación de la institución.

El trabajo de investigación “Estudio de la calidad de servicio como base fundamental para establecer la lealtad del cliente en establecimientos turísticos”, realizado por **Gracia & Gumbau** (2008) tiene como objetivo conocer de qué medida la calidad de servicio influye en la lealtad de los clientes, es decir, determinar los factores o atributos de la calidad de servicio que perciben los clientes de establecimientos turísticos. Se aplicó un cuestionario auto-construido acerca de la calidad total, con una muestra de 1167 clientes de 116 establecimientos turísticos. Por otro lado, la escalada utilizada fue “calidad de servicio percibida por el cliente. Esta escala tiene 5 dimensiones (fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta,

tangibles y empatía). Y tiene las siguientes conclusiones: la percepción positiva de la calidad de servicio influye significativamente en la lealtad de cada cliente. Sin embargo, en función de las dimensiones, se vio que la seguridad no influía para la recomendación de los establecimientos turísticos.

Según el estudio realizado por **Álvarez Botello, Chaparro Salinas, & Reyes Pérez (2015)**, en su trabajo de “Estudio de la Satisfacción de los Estudiantes con los Servicios Educativos brindados por Instituciones de Educación Superior del Valle de Toluca”, con el objetivo de realizar un diagnóstico de la satisfacción de los estudiantes con los servicios académicos en el Valle de Toluca y aplicándose el método de investigación descriptivo, en el marco es cuantitativo y con diseño no experimental, se tienen las siguientes conclusiones: con respecto al nivel de satisfacción de los clientes en los servicios educativos, se ha obtenido un ligero nivel de satisfacción, generando de este modo, diversas recomendaciones para que se llegue al puntaje alto en satisfacción. También, existen diversos elementos influyentes en la satisfacción del cliente, por ejemplo: el plan de estudios, capacitaciones, métodos de enseñanza.

Finalmente, el trabajo de investigación “Calidad de la formación universitaria. Información para la toma de decisiones”, realizado por **Lemaitre et al. (2016)**, tiene como objetivo identificar los factores que afectan a la calidad de servicio y apoyar el desarrollo para su utilización óptima en la toma de decisiones, concluyendo en la siguiente conclusión: el trato con cada cliente establecido es vital para un óptimo desarrollo de toma de decisiones y se promovió una mejor utilización de métodos desarrollados para que no afecte significativamente la calidad en el servicio.

2.2. Bases Teóricas de las variables

2.2.1 Calidad de servicio

2.2.1.1 ¿Qué es calidad?

Según el Diccionario de la Lengua Española (DLE), define la palabra calidad de la siguiente manera: “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”. Por otro lado Tigani (2006), en su libro “Excelencia en servicio”, señala que la calidad es la medida en la que una experiencia satisface las necesidades de cada persona.

Además, existen tres elementos básicos para poder cuantificar lo que resulta la calidad en cualquier aspecto ejemplificado en un modelo matemático:

Figura 1: Calidad


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

Fuente: Tigani, D. (2006)

Si en la diferencia de estos dos elementos se obtiene un valor positivo, significa que la calidad es favorable; es decir, perceptible. En cambio, si la respuesta es negativa, entonces significa que las expectativas son mayores que los resultados; ante un hecho similar, la insatisfacción por parte del cliente se verá reflejado y lo catalogaría como calidad baja.

Es imperativo que mis resultados sean mayores, que cumplan con las expectativas del cliente para que no se ponga en tela de juicio la calidad.

Por otro lado, **Solano Barrera & Aceves Lopez (2013)** menciona, en su libro “Importancia de la calidad del servicio al cliente”, que la calidad “representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios”.

Lograr definir la palabra “calidad” como tal, se presta a diferentes interpretaciones en distintos ámbitos; otro, creen tener la definición exacta; sin embargo la mayoría de personas consideran tener una definición exacta, y existen comúnmente libros que respalden nuestros conceptos básicos del origen de esta palabra. Es por ello, que Gálvis (2011) menciona cuatro suposiciones erróneas de lo que significa la palabra “calidad”:

1. Creer que la palabra calidad es sinónimo de lujo, lo que resulta más caro o por último, lo que es de marca; que son simplemente status que uno simplemente quiere obtener (si es que el objetivo no solo es lucir con prendas de marca y llamarlo de calidad, claro está).

2. Creer que es suficiente con cumplir las especificaciones técnicas del producto; lo que en gestión se llama “calidad de conformidad”

3. Creer que solo basta con que cumpla con el control de calidad

4. Definirlo como un departamento en una organización o coordinación en una empresa.

Es un error encargar solo a un departamento, sino es responsabilidad de cada uno de nosotros. La calidad entonces, lo consideraremos como una estrategia competitiva, cuya participación de todos los miembros de una empresa se unifican para la mejora de esta.

2.2.1.2 ¿Qué es un servicio?

Tigani (2006) señala que el servicio es el trabajo realizado de una persona a otra. Eso significa que se es dependiente del trabajo de otra persona. Además, acota lo siguiente: “El servicio es excelente, solo cuando hace crecer las expectativas de valor del cliente, de tal forma que para poder sorprenderlo, se tiene que superar a sí mismo continuamente”.

Por otro lado, **Galviz, G.** (2011) afirma que un servicio es una práctica gerencial, cuyo fin es aumentar la satisfacción del cliente.

2.2.1.3 ¿En qué consiste la calidad de servicio?

La calidad de servicio es el contexto en el cual una empresa brinda la calidad y los servicios a los clientes de una manera óptima y con todos los estándares permitidos para una satisfacción plena (Tigani, 2006).

Por otro lado, **Morffe, A.** (2013) nos menciona que tanto la calidad como el servicio va estrechamente unido a la rentabilidad en una empresa. Es por ello, los tres elementos básicos en la calidad de servicio y un óptimo desenvolvimiento en el entorno por parte de una empresa son necesarios tener en cuenta.

Figura 2: Calidad de servicio y competitividad



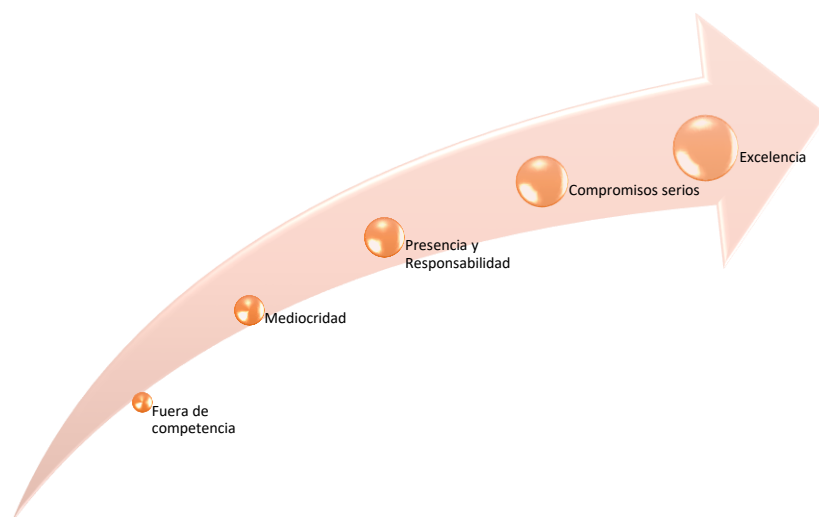
Fuente: Morffe, A. (2013)

2.2.1.4 Niveles en la calidad de servicio

Según Tigani, D. (2006), en su libro “Excelencia en servicio”, que existen cinco niveles de calidad en el servicio y son los siguientes:

- Fuera de competencia
- Mediocridad
- Presencia y Responsabilidad
- Compromisos serios
- Excelencia

Figura 3: Niveles de calidad de servicio

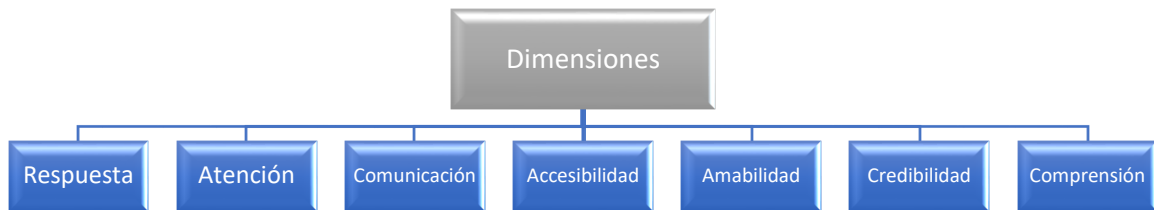


Fuente: Elaboración propia del autor

2.2.1.5 Dimensiones en la calidad de servicio

Se ha descrito un sinnúmero de definiciones relacionadas a la calidad de servicio; sin embargo, existen unos elementos necesarios que facilitará al lector comprender y medir con mayor profundidad y exactitud, lo que implica la calidad de servicio. Tigani, D (2006) lo clasifica en 7 dimensiones:

Figura 4: Dimensiones de la calidad de servicio



Fuente: Elaboración propia del autor

2.2.2 Satisfacción del cliente

2.2.2.1 ¿Qué es satisfacción?

Según González, (2009), la satisfacción es la razón con que se apacigua y responde a una queja o sentimiento contrario al nuestro. Es decir, la intensidad de lo que es grato o no ante un evento se resume en la palabra “satisfacción”.

Por otro lado, el “DLE: satisfacción,” (2017) define la palabra mencionada de la siguiente manera: “Razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria.”

2.2.2.2 Valoración de la satisfacción

Es necesario medir la satisfacción a través de escalas del 0 al 9, por medio de las encuestas, es decir, cuestionarios; según lo mencionado por González

(2009). Es por ello que resulta factible la elaboración de diversas preguntas que vayan acorde a lo que uno desea conocer.

La valoración de la satisfacción (positiva o negativa) se verá reflejado al inicio del ciclo, dicho de otro modo, en la aparición de una nueva necesidad de información.

2.2.2.3 ¿Qué es insatisfacción?

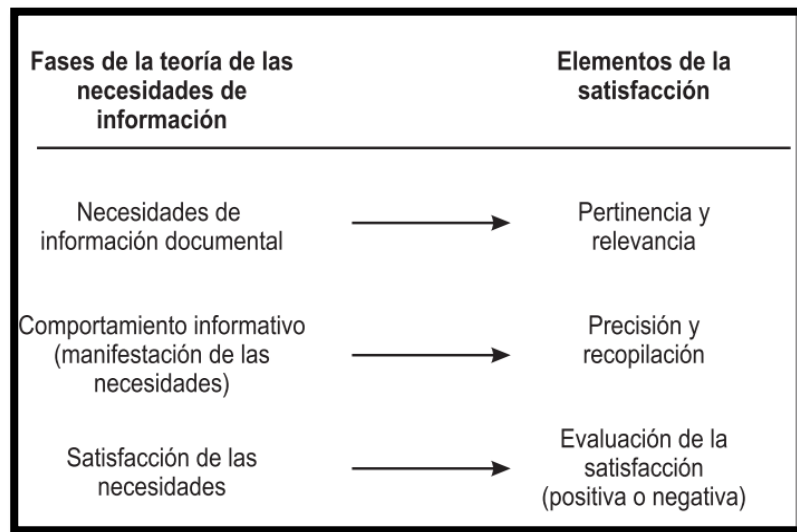
Según González (2009), define como insatisfacción a la carencia de información o conocimiento acerca de un objetivo planteado por este mismo. Además, el estar insatisfecho ante una respuesta o evento, genera a su vez disconformidad.

2.2.2.4 ¿Cuáles son los elementos de la satisfacción o insatisfacción?

Existen 4 elementos de la satisfacción e insatisfacción según González, (2009) y son los siguientes:

1. Pertinencia
2. Relevancia
3. Precisión
4. Recopilación

Figura 5: Elementos de la satisfacción e insatisfacción



Fuente:González, J. (2009). Satisfacción de usuarios: la investigación sobre las necesidades de información. [Figura].

Es necesario unir los dos primeros elementos (pertinencia y relevancia) en lo concerniente a las necesidades de información documental. Por otro lado, los otros dos elementos restantes (precisión y recopilación) están ligados a un comportamiento informativo (manifestación de las necesidades).

III. MARCO METODOLOGICO

3.1. Hipótesis de la Investigación

3.1.1. Hipótesis General

Existe relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.

3.1.2. Hipótesis Específicas

- El trato a los estudiantes se relación significativamente con la satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017
- La capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.
- La confiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.
- Las capacitaciones al personal se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.

3.2. Variables de estudio

3.2.1. Definición conceptual

Calidad de servicio

Según Solano Barrera & Aceves Lopez (2013), la calidad representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios.

El factor clave para lograr un alto nivel de calidad en el servicio es igualar o superar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio. Por ejemplo, un usuario explicó que un técnico no sólo reparó su equipo dañado, sino que también le explicó en qué consistía el daño y cómo podía repararlo ella misma en que caso de que volviese a suceder, superando su expectativa. Otro cliente de un banco no pudo cambiar un cheque post fechado para el siguiente día, no recibiendo ninguna explicación del banco, el entendió que el banco no quería (en vez de que no podía por política) hacer efectivo el cheque. Como resultado se produjo una percepción de mala calidad del servicio de ese banco (Reyes, 2006). Así definieron la calidad en el servicio como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones”.

Satisfacción del cliente

Este es un tema muy importante en el mundo empresarial globalizado, debido a que el máximo objetivo es satisfacer las necesidades de cliente. Determina que se da como resultado de la diferencia entre los estándares de

comparación previos de los clientes y la percepción del desempeño del producto o servicio, asimismo es la evaluación cognitiva y emocional de toda la experiencia con un proveedor en particular y de sus productos o servicios. Respecto a ello la percepción del cliente se evalúa a través del rendimiento percibido, expectativas y niveles de satisfacción.

Rendimiento percibido

Se refiere al rendimiento percibido como desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio y dicho de otro modo es el resultado que el cliente percibe. Por ello es medido a través de la identificación con el cliente, desempeño de los empleados, relación con slogan comercial, comodidad con ambiente físico, agrado, percepción del desempeño de trabajadores.

3.3 Definición operacional

3.3.1 Operacionalización de variables

Tabla: Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
	1. Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> Grado de preparación Capacidad de respuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ¿El personal tiene los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas? ¿Está usted conforme con la respuesta recibida? 		Likert 1= No 2= A veces 3= Si
	2. Atención	<ul style="list-style-type: none"> Apropiada recepción 	<ul style="list-style-type: none"> ¿El personal le proporcionó atención personalizada? 		

VI: Calidad de Servicio		<ul style="list-style-type: none"> • Sensación de aprecio • Sentirse escuchado • Buena información • Empatía 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Estas satisfecho con la atención recibida? • ¿Se sintió cómodo (a) con la atención brindada? • ¿Recibió usted un trato gentil? 		
	3. Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Entendimiento del oyente • Entendimiento del hablante • Claridad • Información apropiada • Lenguaje correcto 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿El personal comprendió la pregunta efectuada? • ¿El personal le proporcionó la información requerida? 		

	<p>4. Accesibilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad • Llamadas en espera • Ubicación permanente en el lugar de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿La institución cuenta con los equipos y materiales necesarios? • ¿El personal contesta las llamadas durante la consulta? • ¿Está permanentemente en su ubicación el personal administrativo? 		
	<p>5. Amabilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidad de la gente • Capacidad de afecto por el cliente interno 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿El personal lo atiende con cordialidad y respeto? 		

		<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de afecto por el cliente externo • Empatía 			
	6. Credibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Fiabilidad en la palabra • Promesas falsas • Expectativas exageradas • Falta de compromiso 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se siente seguro (a) con la respuesta brindada? • ¿Se ha contradicho el personal administrativo al momento de brindar una información? 		
	7. Comprensión	<ul style="list-style-type: none"> • Profesionales narcisistas • Aprehensión 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿El personal comprende sus necesidades específicas? 		

VD: Satisfacción del cliente	1. Tiempo	<ul style="list-style-type: none"> Necesidades satisfechas a largo plazo Brevidad en la atención 	<ul style="list-style-type: none"> ¿El personal le proporcionó atención personalizada? ¿Se proporciona un servicio rápido? 		
	2. Pertinencia	<ul style="list-style-type: none"> Adecuada información 	<ul style="list-style-type: none"> ¿La información brindada fue pertinente a su consulta? 		
	3. Relevancia	<ul style="list-style-type: none"> Importancia de la información para el cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Le dieron la importancia debida a su consulta? 		
	4. Precisión	<ul style="list-style-type: none"> Exactitud y concisión en la información entregada 	<ul style="list-style-type: none"> ¿El material asociado con el servicio (como folletos, volantes o comunicados) 		

			<p>es informativo, atractivo y ordenado?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Comunica con exactitud cuándo se llevarán a cabo los servicios y/o acciones? 		
	5. Recopilación	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de información óptima 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Existe información necesaria ante su consulta? 		
	6. Valoración de la satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> • Estado emocional y material impactante en el cliente • Logro de satisfacción al 100% 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se siente satisfecho ante la respuesta o solución brindada? 		

	7. Uso de la información	<ul style="list-style-type: none"> • Uso específico a la información • Restablecimiento del equilibrio ante la necesidad 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Le fue de mucha ayuda la información o solución brindada por parte del área administrativa? 		

Fuente: Elaboración propia del autor.

3.3. Tipo y nivel de investigación

3.3.1. Tipo de investigación

Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio (2010) detallan que se denomina como “correlacional” porque describe la estructura de cómo se han dirigido y relacionado las situaciones y problemas, por ejemplo, en el presente trabajo.

3.3.2. Nivel de investigación

Hernandez Sampieri et al. (2010) sostienen que la investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. Estudia la asociación o relación entre variables cuantificadas. Los fundamentos de la metodología cuantitativa podemos encontrarlos en el positivismo que surge en el primer tercio del siglo XIX como una reacción ante el empirismo que se dedicaba a recoger datos sin introducir los conocimientos más allá del campo de la observación. Alguno de los científicos de esta época dedicados a temas relacionados con las ciencias de la salud son Pasteur y Claude Bernard, siendo este último el que propuso la experimentación en la medicina.

Cuantitativo porque se desarrolla mediante información cuantitativa analítico porque realizó un estudio de las partes que constituye el fenómeno de la calidad y su relación con la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.

3.4. Diseño de Investigación

El diseño de investigación es no experimental. Hernandez Sampieri et al. (2010) explica que el diseño es la estrategia para obtener la información que se desea. Por otro lado, el diseño de investigación no experimental refiere que no se manipulan las variables.

3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población

Según Hernandez Sampieri et al. (2010), la población es el conjunto de casos que se adecúan a los criterios señalados en la presente investigación.

3.5.2. Muestra

“La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual, se recolectarán datos”, es lo que refiere Hernandez Sampieri et al., (2010).

La población de esta institución educativa es de 72 alumnos, y no utilizaremos una muestra, debido a que trabajaremos con toda la población.

Si fuéramos a trabajar con una muestra esta sería de 61 personas.

La fórmula utilizada es:

Fórmula empleada	
$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$	donde: $n_o = p^*(1-p)^* \left(\frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$

Población: 72

$P = 0.5$

$Z_{(1-\alpha/2)} = 1.96$

$D = 0.05$

Tamaño de la Muestra $n = 61$

3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

El presente proyecto cuenta como Técnica de medición a la Encuesta y su instrumento será el cuestionario.

Se tomó como fuente de información para medir la influencia que tiene la Calidad de servicio con la Satisfacción del usuario, en el Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata - Puno 2017.

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento respectivo de recolección de datos será la encuesta sobre preguntas de las variables, este instrumento permitirá recoger los datos puntuales del sobre la influencia que tiene la Calidad de servicio con la Satisfacción del usuario, en el Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata - puno 2017.

3.6.2.1. Confiabilidad del Instrumento por Alfa de Cron Bach

Mide la consistencia interna del diseño del instrumento y esta expresada en términos relativos a media que se acerca a la unidad su instrumento será más consistente y confiable y si se acerca a 0.50 entonces la consistencia interna del cuestionario es débil y poco fiable en su investigación.

Los resultados aplicando la SPSS fueron:

Tabla 1: Tabla de resultados del Alfa de Cronbrach

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,957	,957	30

Fuente: Elaboración propia.

El resultado de confiabilidad es alto 94.4% por tanto el instrumento ha tenido muy buena consistencia interna.

3.6.2.1. Validez del Instrumento

Tabla 2: Validación de expertos

Mg. Christian Ovalle Paulino	Experto Metodológico
Dr. Edmundo Barrantes Rios	Experto Temático

Fuente: Elaboración propia.

3.7. Métodos de análisis de datos

El instrumento respectivo de recolección de datos será la encuesta sobre preguntas de las variables, este instrumento permitirá recoger los datos puntuales del sobre la calidad de servicio por parte del personal del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata - Puno 2017.

Para el proceso analítico de los datos emanados de las encuestas sobre la calidad de servicio por parte del personal del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata - Puno 2017, las cuales se realizaron de acuerdo a la muestra, los resultados fueron tabulados en el programa Microsoft Office Excel 2013, una vez que los mismos fueran codificados y siendo trasferidos desde una matriz de hoja de cálculo al programa SPSS 22 donde ha sido procesado toda la información; teniendo en cuenta que la información base del cuestionario fue recogida de forma manual.

3.8. Aspectos éticos

El principal compromiso de la investigación se centró en guardar la confidencialidad de la información que se reúna de los centros de servicios bajo estudio.

El fin práctico que se le dio a esta información tiene como finalidad el conocer si la calidad de servicio tiene influencia en la satisfacción del usuario, que implica la formalidad y como inherente a esto poder encontrar correlaciones que se ajusten a esta realidad.

La investigación también cumple los principios éticos de las investigaciones. Es inédito y respeta la propiedad intelectual.

Resaltando, que se ha tenido el debido cuidado para respetar las opiniones de algunos autores cuyas tesis guardan relación con las variables de la presente tesis, mencionándolos como tal en los “antecedentes de la investigación”.

Entre los principales principios éticos, se mencionan los siguientes: Integridad, Responsabilidad, Competencia, Honestidad, Reconocimiento a los autores que han antecedido en la presente tesis.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

En esta sección, presentaremos el resultado del análisis estadístico efectuado en el Instituto Tecnológico la Bella Laguna Azul de Pomata, la que presentamos a continuación.

4.2 Alfa de Cronbach

La validez de un instrumento se refiere al grado en que el instrumento mide aquello que pretende medir. Y la fiabilidad de la consistencia interna del instrumento se puede estimar con el alfa de Cronbach. La medida de la fiabilidad mediante el alfa de Cronbach asume que los ítems (medidos en escala tipo Likert) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados (Welch & Comer, 1988). Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. La fiabilidad de la escala debe obtenerse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra concreta de investigación.

Como criterio general, George y Mallery (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa $>.9$ es excelente
- Coeficiente alfa $>.8$ es bueno
- Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable
- Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable
- Coeficiente alfa $>.5$ es pobre

- Coeficiente alfa <.5 es inaceptable

Aplicando la prueba:

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,957	,957	30

Interpretación:

Según la escala presentada, nuestra validez del instrumento es excelente, siendo el alfa de Cronbach de 0.957 o que la confiabilidad es del 95.7% de consistencia interna de los ítems analizados.

4.3 Prueba de la Hipótesis General

a. Hipótesis

Ho: La calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata - puno 2017, no tiene ningún efecto

Ha: La calidad de servicio influye en la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata - puno 2017

b. Nivel de significación: $\alpha = 5\%$ 0.05

En respuesta de la hipótesis general se realizó la prueba de la correlación de Pearson para interpretar esta hipótesis, obteniendo los siguientes datos:

Tabla 3: Correlación de Pearson

		Variable Independiente	Sig. (bilateral)
Variable Independiente	Correlación de Pearson	0,856	0.000
	N	50	

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar los siguientes valores de la Correlación de Pearson de la Variable Independiente con la Variable Dependiente es de 0.856 con un nivel de significación de 0.000, por lo que se acepta la Hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

En conclusión, si existe relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno.

Para la contratación de la prueba de hipótesis, lo haremos con el estadístico chi-cuadrado, de los que obtenemos los siguientes resultados.

Tabla 4: Resumen de los casos analizados, calidad de servicio y satisfacción del usuario

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	32,238 ^a	4	,000
N de casos válidos	50		

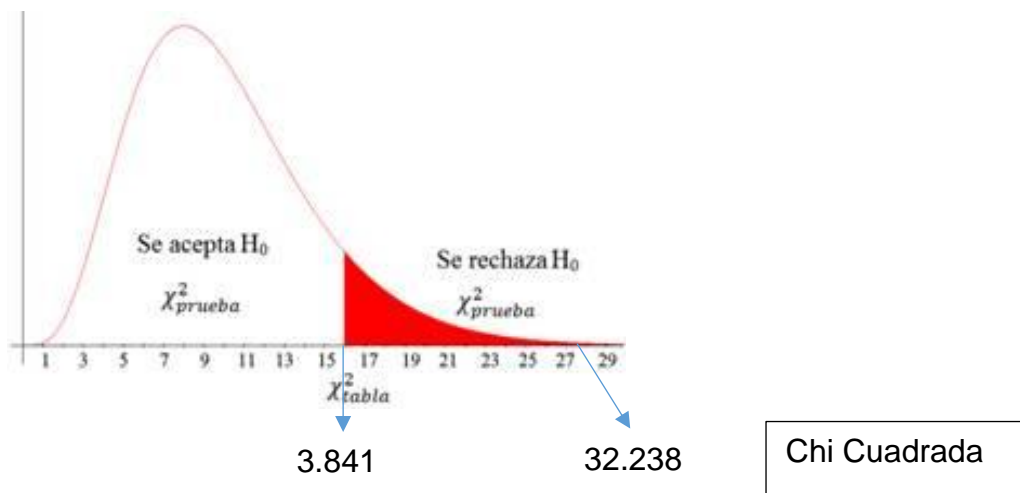
Interpretación:

El valor de la Chi cuadrada que es de 32.238 es estadísticamente significativa, debido a que el nivel de significación es de 0.000 menor al 0.05, por lo tanto, existe evidencia estadística significativa entre las 2 variables están relacionadas, con un Valor de chi cuadrada de 32.238.

En conclusión podemos afirmar que la calidad de servicio influye en la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul.

El valor de la tabla de la chi cuadrada es de 3.8415 con un grado de libertad y a una probabilidad del 0.05.

Gráficamente, se puede ver así.



El valor de la Chi Cuadrada es mayor que el valor de la Chi cuadrada de la Tabla, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.4 ANALISIS DE LAS VARIABLES

4.4.1 Variable Calidad de Servicio

Las tablas y los gráficos presentados a continuación, corresponden a las 2 variables, que son Calidad de servicio y Satisfacción del usuario. Se analizaron cada variable por separado siguiendo los siguientes criterios.

Efectuando la suma de las 15 preguntas de esta variable, podemos obtener los valores de la media y desviación estándar, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 5: Valores de la media y desviación estándar de la variable calidad de servicio

Estadísticos descriptivos			
	N	Media	Desviación estándar
Variable Independiente: CALIDAD DE SERVICIO	50	39,5000	10,45935
N válido (por lista)	50		

Fuente: Elaboración propia.

Utilizando los valores de la Media que es 39.5 y la desviación estándar 10.45935, con el valor constante de 0.75, obtenemos los puntos de corte para el análisis de estas variables.

Valor para los intervalos: $0.75 * 10.45935 = 7.85$. Este resultado lo vamos a sumar y restar al valor de la media aritmética obteniendo las siguientes categorías.

Sumamos y restamos el valor de media aritmética con el valor resultante, obteniendo los siguientes datos:

- $39.5 - 7.85 = 31.65$ (32)
- $39.5 + 7.85 = 47.35$ (47)

Al analizar el nivel de la calidad del servicio, podemos agrupar los datos en 3 Categorías: Mala, Regular y Buena

Tabla 6: Tabla de categorías de calidad del servicio

1 – 32	Mala
33 – 47	Regular
48 – Mas alto	Buena

Hallando las frecuencias de los datos analizados, obtenemos los siguientes resultados:

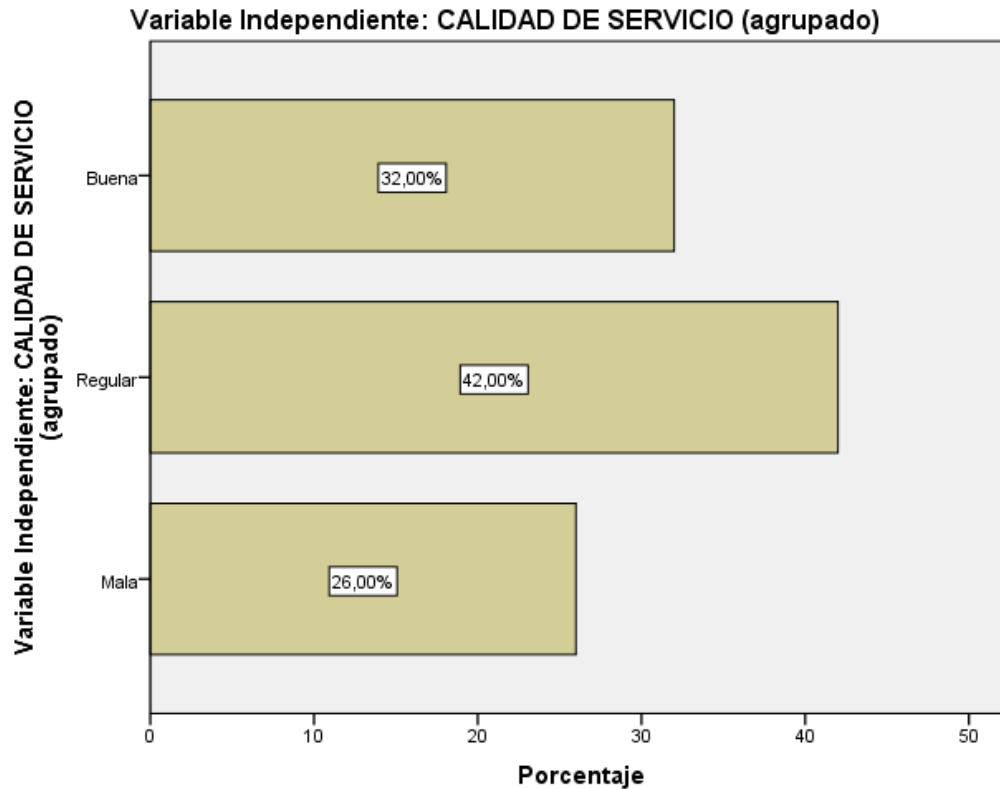
Tabla 7: Tabla de distribución de frecuencias de la calidad de atención

Variable Independiente: CALIDAD DE SERVICIO

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Mala	13	26%
	Regular	21	42%
	Buena	16	32%
	Total	50	100%

Interpretación:

El 26% de los encuestados considera que la calidad de servicio es mala, un 42% considera que es regular, y un 32% que es buena. Siendo estos valores altos, con respecto a la calidad de servicio brindado.



4.4.2 Variable Satisfacción del usuario

Efectuando la suma de las 15 preguntas de esta variable, podemos obtener los valores de la media y desviación estándar, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 8: Tabla de estadísticos descriptivo de la variable satisfacción

Estadísticos descriptivos: Satisfacción del usuario			
	N	Media	Desviación estándar
Variable Dependiente: SATISFACCION DEL USUARIO	50	19,7000	5,34618
N válido (por lista)	50		

Con los valores de la media es de 19.7 y con una desviación estándar de 5.34618, estimaremos los puntos de corte para esta variable.

Para la variable de la Satisfacción del usuario se utilizó una categorización de 5 niveles, obteniendo los siguientes valores:

Tabla 9: Tabla de categorías para la clasificación de las preguntas del test

0 - 10	Totalmente insatisfecho
11 - 20	Insatisfecho
21 - 30	Ni satisfecho / Ni insatisfecho
31 - 40	Satisfecho
41 - 50	Totalmente Satisfecho

De la suma total de las preguntas, obtenemos los siguientes valores, los cuales los presentamos en un análisis de distribución de frecuencias.

Tabla 10: Tabla de resultados de la variable satisfacción del usuario

Variable Dependiente: SATISFACCION DEL USUARIO

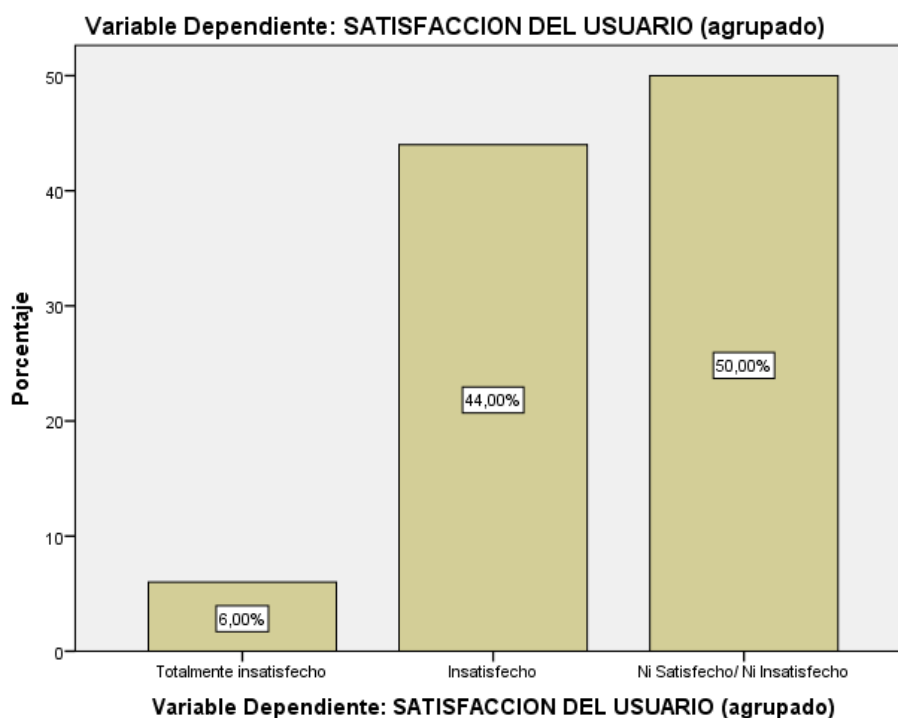
	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente insatisfecho	3	6%
Insatisfecho	22	44%
Ni Satisfecho/ Ni Insatisfecho	25	50%
Total	50	100%

Interpretación:

Del total de los encuestados el 6% de ellos se encuentra totalmente insatisfecho, el 44% está insatisfecho y el 50% se encuentra Ni satisfecho ni insatisfecho. El porcentaje de personas insatisfechas, es que hay que preocuparse de reducir, con una mejora en la calidad de servicio. Lo preocupante de estos

resultados es que no hay satisfecho ni totalmente satisfecho, así que en suma la respuesta general es negativa en esta variable

Gráfico 1: Gráfico de la satisfacción del usuario



4.5. Análisis de los datos para el indicador 5: trato en la atención al usuario / satisfacción del usuario

En toda institución, el trato que reciben los usuarios es importante y se supone que este tiene efecto en la satisfacción del usuario, por lo cual se realiza los siguientes análisis.

Tabla 11: Relación entre trato en la atención vs la satisfacción del usuario

Indicador5: TRATO DE LA ATENCION (agrupado)*Variable Dependiente: SATISFACCION DEL USUARIO (agrupado)
tabulación cruzada

			Variable Dependiente: SATISFACCION DEL USUARIO (agrupado)			Total
			Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	No importa	
Indicador 5: TRATO DE LA ATENCION	Mala Atención	TRATO EN LA ATENCION	21,4%	71,4%	7,1%	100,0%
		% del total	6,0%	20,0%	2,0%	28,0%
	Regular	TRATO EN LA ATENCION	0,0%	45,8%	54,2%	100,0%
		% del total	0,0%	22,0%	26,0%	48,0%
	Buena Atención	TRATO EN LA ATENCION	0,0%	8,3%	91,7%	100,0%
		% del total	0,0%	2,0%	22,0%	24,0%
Total	TRATO EN LA ATENCION	6,0%	44,0%	50,0%	100,0%	
	% del total	6,0%	44,0%	50,0%	100,0%	

Interpretación:

De la tabla N° 5, podemos visualizar que el 21.4% indica que la atención es mala y está totalmente insatisfecho con el servicio. El 71.4% considera que la atención es mala se encuentra insatisfecho, y solo el 7.1% indica de existe una mala atención, pero no le importan o interesa.

El 45.8% indica que la atención es Regular pero están insatisfechos por el servicio, y el 54.2% indica que el trato en la atención es regular pero no lo importa o no es relevante.

El 91.7% indica que la atención es buena sin embargo no siente que este satisfecho o insatisfecho, le es indiferente en temas de satisfacción, el 8.3% considera que el trato en la atención es buena sin embargo siente insatisfacción.

La prueba de la chi cuadrado realizada, es para saber si hay relación entre estas 2 variables de estudio, el trato en la atención al usuario con la satisfacción que sienten los estudiantes sobre el servicio prestado.

Tabla 12: Tabla de la prueba de Chi cuadrada para las variables de Trato en la atención Vs la Satisfacción del usuario

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	22,989 ^a	4	,000
N de casos válidos	50		

Interpretación:

Por los datos obtenidos de la prueba de la Chi cuadrada si puede observar que el nivel de significación es de 0.000 menor que el 0.05 de la prueba de hipótesis, por lo que podemos afirmar que las variables están relacionadas, con un valor de la chi cuadrada calculada de 22.989.

Tabla 13: Tabla de Correlación para la Variable Trato en la atención vs la satisfacción del usuario

Medidas Correlación					
		Valor	Error estándar asintótico ^a	Aprox. S ^b	Aprox. Sig.
Intervalo por intervalo	R de persona	,637	,073	5,724	,000 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,639	,081	5,763	,000 ^c
N de casos válidos		50			

a. No se supone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que asume la hipótesis nula.

c. Se basa en aproximación normal.

El índice numérico más común usado para medir una correlación es el “coeficiente de Pearson”. El coeficiente de Pearson (también llamado coeficiente de correlación del producto-momento), se representa con el símbolo ‘r’ y proporciona una medida numérica de la correlación entre dos variables.

El valor de la R-Pearson es de 0.637, mayor al 0.5, por lo que existe correlación entre las variables, positiva pero débil, con un nivel e significación de 0.000.

Respondiendo a la hipótesis específica de: El trato a los estudiantes se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul de Pomata, si existe relación entre estas variables, positiva pero débil.

4.6. Resultados del Indicador 2: capacidad de respuesta / satisfacción del usuario

La hipótesis indica que “la capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno”

Para esto vamos a probar la relación entre ellas y si esta es no significativa, para ellos lo haremos usando la prueba de la Chi cuadrada y el coeficiente de correlación de Pearson.

Tabla 14: Estadísticos Descriptivos de la Variable PROTOCOLOS DE ACTUACION

Estadísticos descriptivos			
	N	Media	Desviación estándar
Indicador3: PROTOCOLOS DE ACTUACION	50	5,9800	1,77844
N válido (por lista)	50		

Fuente: Elaboración propia

Con estos valores obtendremos los valores de corte, que se ven la siguiente tabla:

1 - 5	No se cumplen
6 - 7	Se cumple a medias
Superior	Se realiza siempre

Según estos valores de corte, obtenemos los siguientes resultados:

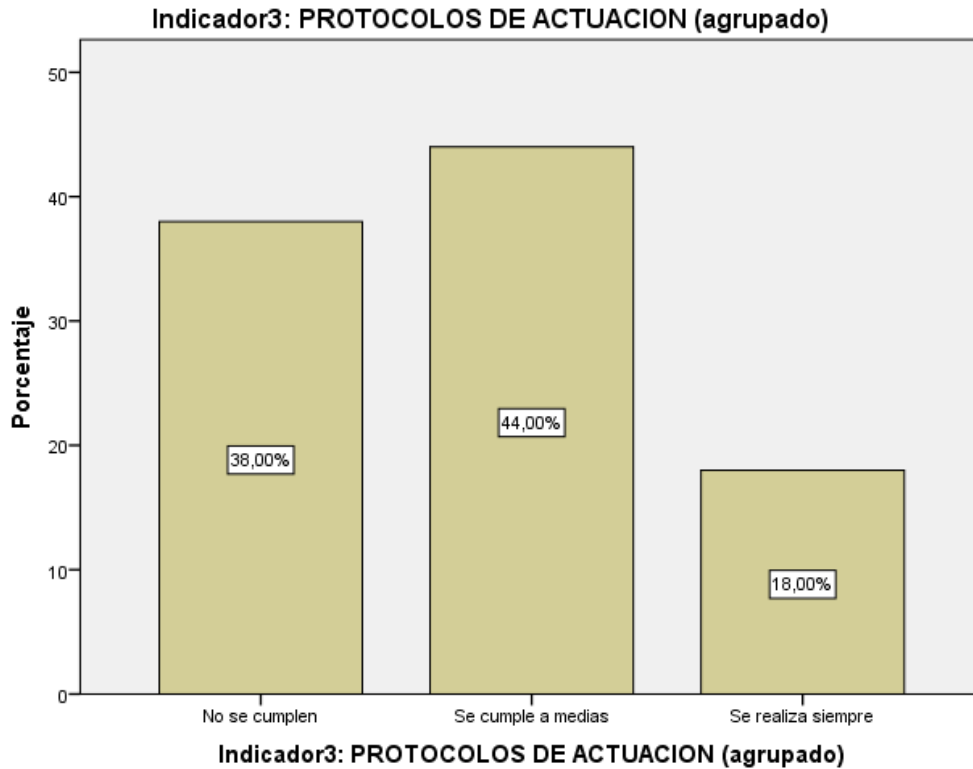
Tabla 15: Datos para la variable de Protocolos de Actuación

Indicador3: PROTOCOLOS DE ACTUACION (agrupado)

	Frecuencia	Porcentaje
No se cumplen	19	38,0%
Se cumple a medias	22	44,0%
Se realiza siempre	9	18,0%
Total	50	100,0%

Interpretación:

Según la tabla 15, los protocolos de actuación no se cumplen en un 38.0%, un 44.0% opina que se cumple a medias y el 18% se realiza siempre.



Ahora analizamos las 2 variables y probar nuestra hipótesis, obteniendo los siguientes resultados del análisis de la Chi cuadrada para la variable de protocolos de actuación / Satisfacción del usuario.

Tabla 16: Tabla de Chi cuadrado para las variables Protocolos de actuación / Satisfacción del usuario

Indicador3: PROTOCOLOS DE ACTUACION (agrupado)*Variable Dependiente: SATISFACCION DEL USUARIO (agrupado) tabulación cruzada

		Variable Dependiente: SATISFACCION DEL USUARIO (agrupado)			Total
		Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Ni Satisfecho/ Ni Insatisfecho	
Indicador3: PROTOCOLOS DE ACTUACION	No se cumplen	15,8%	68,4%	15,8%	100,0%
	Se cumple a medias	0,0%	40,9%	59,1%	100,0%
	Se realiza siempre	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Total		6,0%	44,0%	50,0%	100,0%

Interpretación:

Del 100% de los encuestados, el 15.8% indican que los protocolos de actuación no se cumplen, lo que los deja totalmente insatisfechos, el 68.4% que considera que no se cumple los protocolos de actuación se encuentran insatisfechos con la atención recibida y el 15.8% no está ni satisfecho ni insatisfecho, pero indica que los protocolos de actuación no se cumple.

De los que consideran que los protocolos de actuación se cumplen a medias, el 40.9% se considera insatisfecho, y un 59.1% es indiferente con respecto a la satisfacción de la atención.

De los que consideran que los protocolos de actuación se realizan siempre es el 100% de los encuestados, sin embargo esta ni satisfecho ni insatisfecho.

Tabla 17: Tabla de la Chi cuadrada para las variables de Protocolos de actuación / Satisfacción del usuario

Pruebas de Chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	20,789 ^a	4	,000
N de casos válidos	50		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,54.

Interpretación:

Por los datos obtenidos de la prueba de la Chi Cuadrada si puede observar que el nivel de significación es de 0.000 menor que el 0.05 de la prueba de hipótesis, por lo que podemos afirmar que las variables **están relacionadas**, con un valor de la chi cuadrada calculada de 20.789

Ahora probaremos la correlación entre las 2 variables, como se ve en la siguiente tabla.

Tabla 18: Tabla de Correlación de Pearson para las variables Protocolos de Actuación / Satisfacción del usuario

		Medidas simétricas			
		Valor	Error estándar asintótico ^a	Aprox. S ^b	Aprox. Sig.
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,614	,072	5,389	,000 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,626	,085	5,556	,000 ^c
N de casos válidos		50			

a. No se supone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que asume la hipótesis nula.

c. Se basa en aproximación normal.

El índice numérico más común usado para medir una correlación es el “coeficiente de Pearson”. El coeficiente de Pearson (también llamado coeficiente de correlación del producto-momento), se representa con el símbolo ‘r’ y proporciona una medida numérica de la correlación entre dos variables.

El valor de la R-Pearson es de 0.614, mayor al 0.5, por lo que existe correlación entre las variables, positiva pero débil, con un nivel e significación de 0.000.

Respondiendo a la hipótesis específica de: La capacidad de respuesta (protocolos de actuación) se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul de Pomata-Puno, sí existe relación entre estas variables, positiva pero débil.

4.7 Resultados del Indicador 3: capacitación / satisfacción del usuario

La hipótesis indica que “Las capacitaciones al personal se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno”

Para esto vamos a probar la relación entre ellas y si esta es no significativa, para ellos lo haremos usando la prueba de la Chi cuadrada y el coeficiente de correlación de Pearson.

Analizaremos cómo se comporta la variable de capacitación primeramente.

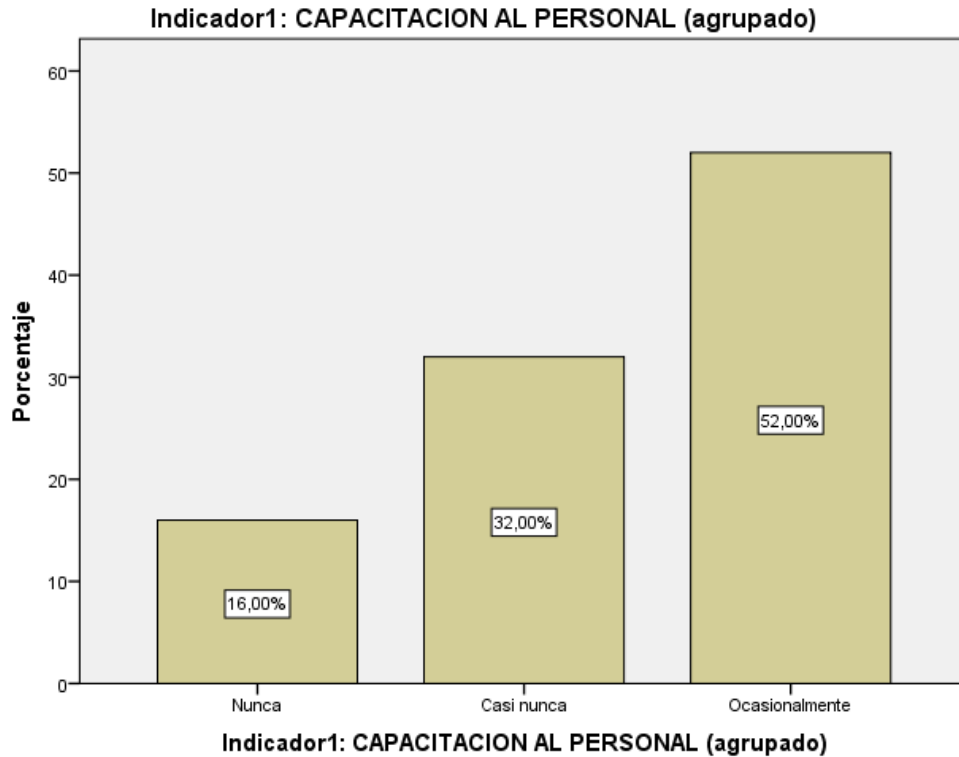
Tabla 19: Tabla de Frecuencias para la variable Capacitación de Personal

**Indicador1: CAPACITACION AL PERSONAL
(agrupado)**

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	16,0%
Casi nunca	16	32,0%
Ocasionalmente	26	52,0%
Total	50	100,0%

Interpretación:

El 16% de los encuestados indica que nunca se capacita al personal, el 32% casi nunca se capacita al personal y que el 52% ocasionalmente este se capacita.



La prueba del chi cuadrado muestra cómo se comporta esta variable con respecto a la satisfacción del usuario, para explicar este cuadro, presentamos la siguiente tabla.

Tabla 20: Prueba de la Chi Cuadrado para las variables de Capacitación al Personal / Satisfacción del usuario

Indicador1: CAPACITACION AL PERSONAL (agrupado)*Variable Dependiente: SATISFACCION DEL USUARIO (agrupado) tabulación cruzada

		Variable Dependiente: SATISFACCION DEL USUARIO (agrupado)			Total
		Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Ni Satisfecho/ Ni Insatisfecho	
Indicador1: CAPACITACION AL PERSONAL (agrupado)	Nunca	37,5%	50,0%	12,5%	100,0%
	Casi nunca	0,0%	68,8%	31,3%	100,0%
	Ocasionalmente	0,0%	26,9%	73,1%	100,0%
Total		6,0%	44,0%	50,0%	100,0%

Interpretación:

A la pregunta si la Capacitación al personal los satisface o no, el 37.5% o percibe que Nunca se capacita al personal y que está totalmente insatisfecho con la atención, el 50% cree que nunca reciben capacitación y se muestra insatisfecho, y el 12.5% considera que el personal nunca se capacita, pero se muestra indiferente con respecto a su satisfacción.

De los encuestados que consideran que casi nunca se capacitan, el 68.8% se encuentra insatisfecho y el 31.3% está ni satisfecho ni insatisfecho.

La percepción que se tiene de que el personal se capacita de manera ocasional, el 26.9% está insatisfecho con la atención recibida, el 73.1% de los encuestados se encuentra ni satisfecho ni insatisfecho.

En términos generales, la calificación es negativa en esta etapa de la investigación.

Tabla 21: La prueba de la Chi cuadrada para las variables de Capacitación al personal / Satisfacción del usuario

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	25,910 ^a	4	,000
N de casos válidos	50		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,48.

Interpretación:

Por los datos obtenidos de la prueba de la chi cuadrada si puede observar que el nivel de significación es de 0.000 menor que el 0.05 de la prueba de hipótesis,

por lo que podemos afirmar que las variables **están relacionadas**, con un valor de la chi cuadrada calculada de 25.910

Ahora probaremos la correlación entre las 2 variables, como se ve en la siguiente tabla.

Tabla 22: Correlación de Pearson para las variables Protocolos de Actuación / Satisfacción del usuario

		Medidas simétricas			
		Valor	Error estándar asintótico ^a	Aprox. S ^b	Aprox. Sig.
Intervalo por intervalo	R de persona	,583	,109	4,965	,000 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,547	,115	4,531	,000 ^c
N de casos válidos		50			

a. No se supone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que asume la hipótesis nula.

c. Se basa en aproximación normal.

El índice numérico más común usado para medir una correlación es el “coeficiente de Pearson”. El coeficiente de Pearson (también llamado coeficiente de correlación del producto-momento), se representa con el símbolo ‘r’ y proporciona una medida numérica de la correlación entre dos variables.

El valor de la R-Pearson es de 0.583, mayor al 0.5, por lo que no existe correlación entre las variables.

Respondiendo a la hipótesis específica de: Las capacitaciones al personal NO se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno.

V. DISCUSIÓN

5.1 Análisis de discusión de resultados

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas han presentado muchos datos y valores que se debe prestar atención si mejorar la calidad de servicio y satisfacción del usuario deseamos lograr. Los resultados han sido los esperados, ya que en algunos aspectos se está tratando de cumplir con estándares de calidad y esto se ve reflejado en la satisfacción del usuario.

En conclusión, sí existe relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno. El valor de la Chi cuadrada que es $X^2 = 32.238$ es estadísticamente significativa, debido a que el nivel de significación es de 0.000 menor al 0.05 ($0.000 < 0.05$), por lo tanto, existe evidencia estadística significativa entre las 2 variables están relacionadas, con un Valor de Chi cuadrada de 32.238. Entonces se puede afirmar que la calidad de servicio influye en la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul.

Con respecto a la Calidad del servicio, el 26% de los encuestados considera que la calidad de servicio es mala, un 42% considera que es regular, y un 32% que es buena. Siendo estos valores altos, con respecto a la calidad de servicio brindado.

Con respecto a la variable de Satisfacción del Usuario, se pudo observar que del total de los encuestados el 6% de ellos se encuentra totalmente insatisfecho, el 44% está insatisfecho y el 50% se encuentra Ni satisfecho ni insatisfecho. El porcentaje de personas insatisfechas, es que es menester preocuparse de reducir

ello con una mejora en la calidad de servicio. Lo preocupante de estos resultados es que no hay satisfecho ni totalmente satisfecho, así que en suma la respuesta general es negativa en esta variable.

Puede deberse a otro factor adicional que no se considera en este trabajo, los cuales podrían ser: la calidad del material entregado, el horario de las clases, etc. Pueden ser muchos factores.

Pero se verá más adelante que los otros indicadores, la tendencia continua siendo negativa, cosa que debe ponernos alerta en cambiar esta posición y los datos obtenidos del trabajo, ayudarán a conocer dónde tenemos una mayor cantidad de debilidades, y que se debe trabajar más para revertir este problema.

En este aspecto es que se deben poner atención para una mejora continua, para reducir este porcentaje alto de mala atención y reducirla hasta cero.

Al relacionar las variables sobre el trato en la atención a los usuarios y contrastarlo con la Variable de Satisfacción del usuario, encontramos que el 21.4% indica que la atención es mala y está totalmente insatisfecho con el servicio. El 71.4% considera que la atención es mala se encuentra insatisfecho, y solo el 7.1% indica de existe una mala atención, pero no le importan o interesa.

El 45.8% indica que la atención es Regular pero están insatisfechos por el servicio, y el 54.2% indica que el trato en la atención es regular pero no lo importa o no es relevante.

El 91.7% indica que la atención es buena sin embargo no siente que este satisfecho o insatisfecho, le es indiferente en temas de satisfacción, el 8.3% considera que el trato en la atención es buena sin embargo siente insatisfacción.

Este resultado queda respaldado con la prueba de la Chi cuadrada, la que indica que si existe relación entre estas variables, pero es muy débil, usando como referencia el coeficiente de correlación de Pearson el cual salió 0.637, la cual es positiva pero una relación débil. En otras palabras que el trato en la atención a los usuarios, no es la única variable a considerar para estos valores negativos.

Estos resultados son prácticamente iguales cuando comparamos la Capacidad de respuesta con la Satisfacción del usuario, y la capacitación del personal con la satisfacción del usuario.

Según la encuesta tomada los protocolos de actuación, que es la forma como el personal debe reaccionar ante las preguntas, solución de problemas, estos no se cumplen, y un 38.0% que piensa que es así, un 44.0% opina que se cumple a medias y el 18% se realiza siempre. Como se aprecia el mayor porcentaje (82% en suma), considera que no se siguen los protocolos de la empresa y esto genera un malestar y descontento, lo que se refleja en estos resultados.

Del 100% de los encuestados, el 15.8% indican que los protocolos de actuación no se cumplen, lo que los deja totalmente insatisfechos, el 68.4% que considera que no se cumple los protocolos de actuación se encuentran insatisfechos con la atención recibida y el 15.8% no está ni satisfecho ni insatisfecho, pero indica que los protocolos de actuación no se cumple.

De los que consideran que los protocolos de actuación se cumplen a medias, el 40.9% se considera insatisfecho, y un 59.1% es indiferente con respecto a la satisfacción de la atención.

De los que consideran que los protocolos de actuación se realizan siempre es el 100% de los encuestados, sin embargo esta ni satisfecho ni insatisfecho.

A la pregunta si la Capacitación al personal los satisface o no, el 37.5% o percibe que Nunca se capacita al personal y que está totalmente insatisfecho con la atención, el 50% cree que nunca reciben capacitación y se muestra insatisfecho, y el 12.5% considera que el personal nunca se capacita, pero se muestra indiferente con respecto a su satisfacción.

De los encuestados que consideran que casi nunca se capacitan, el 68.8% se encuentra insatisfecho y el 31.3% está ni satisfecho ni insatisfecho.

La percepción que se tiene de que el personal se capacita de manera ocasional, el 26.9% está insatisfecho con la atención recibida, el 73.1% de los encuestados se encuentra ni satisfecho ni insatisfecho.

Esta última con respecto a las otras hipótesis, esta no está relacionada con la satisfacción del usuario, pero no por un gran margen, debido a que la capacitación en un tema interno entre los empleadores y el personal encargado de la atención, y esto se refleja en el uso de los protocolos de atención, los cuales al parecer no se han implementado, lo que indicaría que la capacitación si no se lleva a cabo, esta no tiene efecto en la satisfacción del usuario de manera directa, pero si afecta de manera directa en los otros procesos analizados anteriormente.

Claro está que queda un largo recorrido, comenzando con las jornadas de capacitación, temas de liderazgo y coaching, y otros que, se considera, ayudarán a brindar una mejor calidad de servicio y esta se verá reflejada en la satisfacción de los usuarios (alumnos).

VI. CONCLUSIONES

6.1 Conclusiones

En cualquier institución educativa, que esté preocupada por brindar siempre una mejora en la calidad de servicio, debe efectuar estos análisis para permitir cómo se está avanzando con respecto a varios temas de desarrollo profesional y personal.

Primera.- En conclusión, la calidad de servicio influye en la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul de Pomata - Puno, 2017, siendo esta una de los principales factores a tomar en cuenta, a la hora medir como estamos utilizando las herramientas y capacitación básica al personal y si esta está dando los frutos que deseamos obtener.

Segunda.- El instituto tecnológico La Bella Laguna Azul de Pomata, es una institución relativamente pequeña, con alumnos muy entusiastas y con deseos de superación. Muchos de ellos emigran a la ciudad para poder estudiar una carrera profesional y formarse de mejor manera, y lo que se en este trabajo es cómo afecta la calidad de enseñanza en la satisfacción del usuario que viene a esta institución educativa para formarse.

Tercera.- Entre las variables, de calidad y satisfacción, siempre existirá una influencia, ya sea positiva o negativa; afortunadamente, los resultados favorecen y alientan, debido a que más del 70% de los alumnos aprueban o se sienten bien con el servicio que se les brinda. Esto es de beneficio

no solo para los alumnos, sino prestigio para la institución, y por ende para lugar de origen.

Cuarta.- Son muchas las técnicas que se han utilizado para el desarrollo de este trabajo, sin embargo, la recompensa y los deseos de superación y coadyuvar a que esto se dé, está en una de nuestras metas personales y estudio.

VII. RECOMENDACIONES

7.1 Recomendaciones

Primera.- Es recomendable se analicen otras variables que pueden influir en calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios del instituto superior tecnológico bella laguna azul de Pomata, considerando otras variables y factores, teniendo mucha cantidad de datos que analizar.

Segunda.- Extender este análisis a otras instituciones educativas del mismo modo que hicimos con esta, para contrastar las diferencias y cualidades que cada uno tiene. Se podría usar una prueba de medias o análisis de varianza entre los distintos institutos y analizar, cuál de todos ellos está por encima de los estándares de calidad, y también en el nivel de enseñanza y buenas prácticas.

Tercera.- Existe un campo enorme, aun no explorado, acerca de este tema, asumiendo en muchos casos que algunos son mejores que otros, pero un análisis de sus factores y la opinión de los usuarios (alumnos), es importante para dar cuenta de cómo están marchando estas instituciones educativas de nivel superior.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, C. G. (2012). *Satisfacción de clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales*. Andrés Bello: Universidad Católica Andrés Bello.
- Carlos J., V. S. (2011). *Revista Electrónica de Investigación Educativa Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales Analysis of the Quality of Service*. Cartagena: Universidad de Cartagena.
- E. Gracia, R. M. (2008). *Estudio de la calidad de servicio como base fundamental para establecer la lealtad del cliente en establecimientos turísticos*. Santiago: Fòrum de Recerca.
- G. Solano B., J. N. (30 de noviembre de 2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente, para el funcionamiento de las empresas*. Obtenido de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/>
- Galvis, G. (11 de diciembre de 2011). *Calidad en la Gestion de Servicios*. Obtenido de <http://www.uru.edu/fondoeditorial/libros/pdf/calidaddelservicio/TEXTO>
- González, J. J. (23 de mayo de 2009). *Satisfacción de usuarios: la investigación sobre las necesidades de información*. Obtenido de <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- J. Álvarez Botello, E. M. (4 de abril de 2015). *Estudio de la satisfacción de los estudiantes con los servicios educativos brindados por instituciones de educación superior del Valle Toluca*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/551/55138743001.pdf>
- M. J. Lemaitre, T. L. (2016). *Calidad de la formación universitaria. Información para la toma de decisiones, 87*. Lima: Granados Punta.

- Oliver, R. L. (01 de setiembre de 2009). *Satisfacción*. Obtenido de http://www.unac.edu.pe/documentos/organización/vri/cdcitra/Informes_Final es_Investigación/Noviembre_2011/IF_HERNAN%20AVILA_FCA/CONTENIDO
- Palacios, G. N. (2015). *El grado de satisfacción de la calidad de servicio y el costo-oportunidad que genera incursionar en el sistema de justicia de lima, de las mujeres asalariadas víctimas de VCM en relaciones de pareja durante el año 2015*. Lima: Universidad San Martín de Porras.
- R. Carro, D. G. (2012). *Administración de la calidad total*. Cancún: Universidad Nacional de Mar Del Plata.
- Redhead, R. (30 de noviembre de 2015). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013*. Obtenido de <https://doi.org/http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/4806>
- Sampieri, R. H., C., F. C., & P., B. L. (2014). *Metodología de la investigación*. Buenos Aires: M.G. Hill.
- Silva, F. (1979). *Psicología y Ciencias de la Educación*. Madrid: Santillana.
- Tigani, D. (22 de enero de 2006). *Excelencia en Servicio*. Obtenido de http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf%0Ahttp s://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	METODOLOGIA
¿Qué relación existe entre la calidad del servicio con la satisfacción de los estudiantes del instituto de educación superior tecnológico La Bella Laguna Azul-Pomata, 2017, Puno?	Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.	Existe relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.	Variable predictora: Influencia de la calidad del servicio al cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.	Tipo de estudio Descriptivo - Correlacional Básica y de enfoque cuantitativo. Diseño: No experimental de corte transversal.
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICOS		Área de estudio: Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.
¿Qué relación existe entre el trato a los estudiantes con la calidad del servicio del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata, 2017, Puno?	Determinar la relación entre el trato a los estudiantes y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata,Puno, 2017.	El trato a los estudiantes se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.	Variable de criterio: Satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.	Población y muestra Alumnos
¿Qué relación existe entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los estudiantes sobre la Calidad del servicio del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata 2017, Puno?	Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata, Puno, 2017.	La capacidad de respuesta se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.	Variable Independiente: Calidad del servicio	Instrumentos: Encuesta
¿Qué relación existe entre la confiabilidad y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata 2017, Puno?	Determinar la relación entre la confiabilidad y la satisfacción de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata, Puno, 2017.	La confiabilidad se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.	Variable Dependiente Satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella	Valoración estadística Paquete estadístico SSPS 23
¿Qué relación existe entre las capacitaciones al personal y la calidad	Determinar la relación entre las capacitaciones al personal y la	Las capacitaciones al personal se relaciona significativamente		

del servicio del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017?	calidad del servicio a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.	con la satisfacción del cliente de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.	Laguna Azul – Pomata-Puno, 2017.	
---	---	---	----------------------------------	--

Anexo 2: Matriz de Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
	8. Respuesta	<ul style="list-style-type: none"> Grado de preparación Capacidad de respuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ¿El personal tiene los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas? ¿Está usted conforme con la respuesta recibida? 		Likert 1= No 2= A veces 3= Si
	9. Atención	<ul style="list-style-type: none"> Apropiada recepción Sensación de aprecio 	<ul style="list-style-type: none"> ¿El personal le proporcionó atención personalizada? ¿Estas satisfecho con la atención recibida? 		

VI: Calidad de Servicio		<ul style="list-style-type: none"> • Sentirse escuchado • Buena información • Empatía 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se sintió cómodo (a) con la atención brindada? • ¿Recibió usted un trato gentil? 		
	10. Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Entendimiento del oyente • Entendimiento del hablante • Claridad • Información apropiada • Lenguaje correcto 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿El personal comprendió la pregunta efectuada? • ¿El personal le proporcionó la información requerida? 		
	11. Accesibilidad				

		<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad • Llamadas en espera • Ubicación permanente en el lugar de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿La institución cuenta con los equipos y materiales necesarios? • ¿El personal contesta las llamadas durante la consulta? • ¿Está permanentemente en su ubicación el personal administrativo? 		
	12. Amabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidad de la gente • Capacidad de afecto por el cliente interno 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿El personal lo atiende con cordialidad y respeto? 		

		<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de afecto por el cliente externo • Empatía 			
	13. Credibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Fiabilidad en la palabra • Promesas falsas • Expectativas exageradas • Falta de compromiso 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se siente seguro (a) con la respuesta brindada? • ¿Se ha contradicho el personal administrativo al momento de brindar una información? 		
	14. Comprensión	<ul style="list-style-type: none"> • Profesionales narcisistas • Aprehensión 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿El personal comprende sus necesidades específicas? 		

VD: Satisfacción del cliente	8. Tiempo	<ul style="list-style-type: none"> Necesidades satisfechas a largo plazo Brevidad en la atención 	<ul style="list-style-type: none"> ¿El personal le proporcionó atención personalizada? ¿Se proporciona un servicio rápido? 		
	9. Pertinencia	<ul style="list-style-type: none"> Adecuada información 	<ul style="list-style-type: none"> ¿La información brindada fue pertinente a su consulta? 		
	10. Relevancia	<ul style="list-style-type: none"> Importancia de la información para el cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Le dieron la importancia debida a su consulta? 		
	11. Precisión	<ul style="list-style-type: none"> Exactitud y concisión en la información entregada 	<ul style="list-style-type: none"> ¿El material asociado con el servicio (como folletos, volantes o comunicados) 		

			<p>es informativo, atractivo y ordenado?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Comunica con exactitud cuándo se llevarán a cabo los servicios y/o acciones? 		
	12. Recopilación	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de información óptima 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Existe información necesaria ante su consulta? 		
	13. Valoración de la satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> • Estado emocional y material impactante en el cliente • Logro de satisfacción al 100% 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se siente satisfecho ante la respuesta o solución brindada? 		

	14. Uso de la información	<ul style="list-style-type: none"> • Uso específico a la información • Restablecimiento del equilibrio ante la necesidad 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Le fue de mucha ayuda la información o solución brindada por parte del área administrativa? 		

Anexo 3: Instrumento (Encuesta)

ENCUESTA

“CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO LA BELLA LAGUNA AZUL-POMATA, 2017”

Valora de acuerdo a la siguiente escala:

(1) Sí

(2) A veces

(3) No

VARIABLE INDEPENDIENTE: Calidad de Servicio		1	2	3
D1: Respuesta				
1	¿El personal tiene los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas?			
2	¿Se encuentra complacido con la respuesta brindada por parte del personal administrativo?			
D2: Atención				
3	¿El personal lo recibió respetuosamente durante la atención?			
4	¿Estas satisfecho con la atención recibida?			
5	¿Se sintió cómodo (a) con la atención brindada?			
6	¿Recibió usted un trato gentil?			
D3: Comunicación				
7	¿El personal estuvo atento, comprendió y resolvió su duda?			
8	¿El personal le proporcionó la información requerida?			
D4: Accesibilidad				
9	¿La institución cuenta con los equipos y materiales necesarios?			
10	¿El personal contesta las llamadas durante la consulta?			
11	¿Está permanentemente en su ubicación el personal administrativo?			
D5: Amabilidad				
12	¿El personal lo atiende con cordialidad y respeto?			
D6: Credibilidad				
13	¿La información brindada es fiable?			
14	¿Se ha contradicho el personal administrativo al momento de brindar una información?			
D7: Comprensión				
15	¿El personal comprende sus necesidades específicas?			
VARIABLE DEPENDIENTE: Satisfacción del Cliente		1	2	3
D1: Tiempo				
16	¿El personal le proporcionó atención personalizada?			
17	¿Le atendieron su consulta en el tiempo debido?			
18	¿Se proporciona un servicio rápido?			

	D2: Pertinencia			
19	¿La información brindada fue pertinente a su consulta?			
20	¿Está conforme con la información brindada?			
	D3: Relevancia			
21	¿Le dieron la importancia debida durante su consulta?			
22	¿Se sintieron interesados en solucionar su interrogante?			
	D4: Precisión			
23	¿El material asociado con el servicio (como folletos, volantes o comunicados) es informativo, atractivo y ordenado?			
24	¿Comunica con exactitud cuándo se llevarán a cabo los servicios y/o acciones?			
	D5: Recopilación			
25	¿Existe información necesaria ante su consulta?			
26	¿Le dieron diversas soluciones ante su cuestionamiento?			
	D6: Valoración de la satisfacción			
27	¿Se siente satisfecho ante la respuesta o solución brindada?			
28	¿Al término de la consulta, continuó con alguna interrogante?			
	D7: Uso de la información			
29	¿Le fue de mucha ayuda la información o solución brindada por parte del área administrativa?			
30	¿Compartirá la información brindada con sus amigos, compañeros o familiares?			



CONSTANCIA

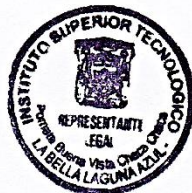
EL DIRECTOR DEL INSTITUTO DE EDUCACION SUPERIOR TECNOLOGICO
“BELLA LAGUNA AZUL” POMATA.

HACE CONSTAR:

Que, el Señor **HERMOGENES ROMULO LAQUISE FUENTES**, identificado con DNI. N° 01288185 y la señora **YOLANDA CCOPA VILCA** identificado con DNI N° 01234831, en sus condiciones de Bachiller en administración de la Universidad Privada de TELESUP – Lima, se le **autoriza** para que puedan realizar su trabajo de investigación en nuestra institución educativa, para la ejecución de su Tesis denominado: **CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO LA BELLA LAGUNA AZUL-POMATA, 2017**

Se expide la presente, a solicitud de los interesados para los fines que viera por conveniente.

Pomata, 15 de Junio de 2017



MINISTERIO DE EDUCACIÓN
INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO POMATA
Raul J. Loza Escobar
RAUL J. LOZA ESCOBAR
DNI: 40455800
PROMOTOR



CONSTANCIA

**EL DIRECTOR DEL INSTITUTO DE EDUCACION SUPERIOR TECNOLOGICO
“BELLA LAGUNA AZUL” POMATA.**

HACE CONSTAR:

Que, el Señor **HERMOGENES ROMULO LAQUISE FUENTES**, identificado con DNI. N° 01288185 y la señora **YOLANDA CCOPA VILCA** identificado con DNI N° 01234831, en sus condiciones de Bachiller en administración de la Universidad Privada de TELESUP – Lima, realizó sus encuestas a los estudiantes de nuestra institución educativa, y cumple uno de los requisitos de su trabajo de investigación, para la ejecución de su Tesis denominado: **CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO LA BELLA LAGUNA AZUL-POMATA, 2017**

Se expide la presente, a solicitud de los interesados para los fines que viera por conveniente.

Pomata, 6 de diciembre de 2017



MINISTERIO DE EDUCACIÓN
INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO POMATA

RAUL J. LOZA ESCOBAR
DNI: 40455800
PROCTOR



**CORRECTOR
DE ESTILO**
Lic. ARMANDO VILLANUEVA TURPO

CONSTANCIA

REVISIÓN DE ESTILO

Quien suscribe, Licenciado en Educación, con Especialidad en Lengua, Literatura, Psicología y Filosofía, por medio de la presente hace constar que:

El informe de investigación "Calidad del servicio y satisfacción de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico La Bella Laguna Azul - Pomata, 2017", cuya autoría pertenece a Hermogenes Romulo Laquise Fuentes y a Yolanda Ccopa Vilca, tiene las propiedades formales de la gramática española correctas y se ciñe a los lineamientos de las normas de la American Psychological Association (APA).

Constancia que se expide a petición de la parte interesada, en Puno, a los 30 días del mes de abril del dos mil dieciocho.


ARMANDO VILLANUEVA TURPO
Esp. Lengua, Literatura, Psicología y Filosofía