

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

“LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y LA
SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN EL
INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
TECNOLÓGICO PRIVADO CELENDÍN EN EL AÑO
2022”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Marketing

Autores:

Madai Elisa Castrejon Ayay

Diana Lileth Tello Díaz

Asesor:

Mg. Manuel Alexander López Uribe

<https://orcid.org/0000-0003-1164-8323>

Cajamarca - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	WILLY FRANS AGUILAR MORANTE	41245721
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	MANUEL OSNALDO SANDOVAL HEREDIA	06694704
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	CARLA ELOISA ARRIOLA ALVARADO	41161858
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

TESIS

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

- 1** Jenny Raquel Adanaque Velasquez, Elizabeth Dany Araujo Robles. "Opción laboral, bienestar psicológico y habilidades sociales en estudiantes de un Instituto Tecnológico Público de Lima", Telos Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, 2022
Publicación **5%**
- 2** Gabael de Jesús Armas Vallejos. "La calidad del servicio y su efecto en la satisfacción de los usuarios en instituciones públicas: un enfoque pls-sem, aplicado a las municipalidades de Costa Rica.", Apuntes de economía y sociedad, 2022
Publicación **1%**
- 3** Edwin Hernan Ramírez-Asís, Misael Erikson Maguiña Palma, Rosario Mercedes Huerta-Soto. "Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú", Retos, 2020
Publicación **1%**

DEDICATORIA

*Dedicado a mis padres, quienes me han apoyado para
llegar hasta esta instancia de mis estudios.*

Madai Elisa Castrejon Ayay

*A mi querida abuelita Elvira Bardales Rojas que
desde el cielo me protege y quien siempre vivirá en
mi corazón.*

Diana Lileth Tello Díaz

AGRADECIMIENTO

A Dios por darnos las fuerzas para superar cualquier adversidad y ser el principal motor de nuestras vidas.

A nuestros padres por ser los motivadores de nuestros sueños y por apoyarnos incondicionalmente en la parte moral y económica para poder lograr nuestras metas y llegar a ser buenos profesionales.

A nuestros asesores por su orientación y enseñanza en esta investigación.

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	44
CAPÍTULO III: RESULTADOS	58
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	84
REFERENCIAS	96
ANEXOS	110

Índice de tablas

TABLA 1. Población	49
TABLA 2. Muestreo Probabilístico Estratificado	52
TABLA 3. Escala De Medición De La Encuesta	54
TABLA 4. Estudiantes Según Su Género	58
TABLA 5. Estudiantes Según Su Rango De Edad	59
TABLA 6. Estudiantes Según Su Ciclo Académico	60
TABLA 7. Distribución De Porcentajes De La Dimensión Elementos Tangible	62
TABLA 8. Distribución De Porcentajes De La Dimensión Fiabilidad	64
TABLA 9. Distribución De Porcentajes De La Dimensión Capacidad De Respuesta	65
TABLA 10. Distribución De Porcentajes De La Dimensión Seguridad	67
TABLA 11. Distribución De Porcentajes De La Dimensión Empatía	68
TABLA 12. Distribución De Porcentajes De La Dimensión Rendimiento Percibido	70
TABLA 13. Distribución De Porcentajes De La Dimensión Expectativas	72
TABLA 14. Distribución De Porcentajes De La Dimensión Nivel De Satisfacción	73
TABLA 15. Prueba De Normalidad	75
TABLA 16. Correlación De Rho Spearman De Las Variables	77
TABLA 17. Correlación De Rho Spearman De Las Dimensión Elementos Tangibles	78
TABLA 18. Correlación De Rho Spearman De Las Dimensión Fiabilidad	79
TABLA 19. Correlación De Rho Spearman De Las Dimensión Capacidad De Respuesta	81
TABLA 20. Correlación De Rho Spearman De Las Dimensión Seguridad	82
TABLA 21. Correlación De Rho Spearman De Las Dimensión Empatía	83

Índice de figuras

FIGURA 1. Organigrama Estructural – Ipc	18
FIGURA 2. Esquema Del Modelo Servqual	
34HTTPS://D.DOCS.LIVE.NET/C1D89A0AF94F2A81/DOCUMENTOS/TESIS/FORM ATO PARA TESIS-(COR-F-REC-VAC-05.15_7).DOCX	
FIGURA 3. Esquema Del Diseño Correlacional	47
FIGURA 4. Porcentaje De Los Estudiantes Del Ipc Según Su Género	58
FIGURA 5. Porcentaje De Los Estudiantes Del Ipc Según El Rango De Edad	59
FIGURA 6. Porcentaje De Los Estudiantes Del Ipc Según Su Ciclo Académico	61
FIGURA 7. Porcentaje De La Dimensión Elementos Tangibles	63
FIGURA 8. Porcentaje De La Dimensión Fiabilidad	64
FIGURA 9. Porcentaje De La Dimensión Capacidad De Respuesta	66
FIGURA 10. Porcentaje De La Dimensión Seguridad	67
FIGURA 11. Porcentaje De La Dimensión Empatía.	69
FIGURA 12. Porcentaje De La Dimensión Rendimiento Percibido.	71
FIGURA 13. Porcentaje De La Dimensión Expectativas	72
FIGURA 14. Porcentaje De La Dimensión Nivel De Satisfacción	74
FIGURA 15. Grado De Relación Según Coeficiente De Correlación Rho Spearman	76

RESUMEN

La satisfacción del estudiante es la preocupación de todas las organizaciones del rubro educación lo cual las plasma como centro garante de la calidad educativa, es por tal motivo que el objetivo general de esta investigación es determinar si existe relación entre la calidad de los servicios y la satisfacción del cliente en el Instituto Privado Celendín, en el año 2022. Estableciendo una metodología cuantitativa no experimental de corte transversal con alcance descriptivo – correlacional. Se aplicó la técnica de la encuesta con escala de Likert para ambas variables, en donde participaron 138 estudiantes de los ciclos I, II y V del periodo 2022 – 1, según el muestreo probabilístico estratificado. Los instrumentos fueron sometidos a confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach alcanzado un valor de 0,968 para la calidad de servicio y 0,945 para la satisfacción del cliente. Los resultados demostraron que existe una asociación fuertemente positiva entre las variables estudiadas; acorde a la prueba de correlación de Spearman $r = 0.851$ y siendo el nivel de significancia de $0.001 < 0.05$. Con este hallazgo afirmamos que a mayor calidad del servicio que se preste, mayor será la satisfacción de los estudiantes, además existe una satisfacción alta dado que la calidad de servicio ofrecida por la institución es muy buena.

PALABRAS CLAVES: Calidad de servicio, satisfacción del cliente, educación superior, servqual.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El término de calidad ha pasado por diversas épocas; inicialmente estaba enfocado al producto y al control estadístico dentro de los procesos industriales; más tarde se introdujo el uso y el valor del producto para mejorar ciertos requerimientos del cliente; tiempo después se consideró que dichos productos también deben satisfacer las necesidades y expectativas del cliente (Duque & Gómez, 2014)

En las últimas décadas se ha generado una gran competitividad entre las instituciones, convirtiendo a los usuarios en más exigentes al optar por un producto o servicio, como consecuencia las empresas están obligadas a integrar el concepto de calidad de servicio y prestar más atención a diversos factores como: satisfacción en los colaboradores y clientes, clima organizacional, selección de proveedores, entre otros (Vigo & González, 2020).

A nivel mundial, la mayoría de las organizaciones tienen como tarea principal orientarse a la prestación de un servicio de alta calidad, lo cual ha resultado ser un proceso arduo y difícil de aplicar en las organizaciones que se dedican al servicio en general (Rojas et al., 2020).

La evaluación de la calidad del servicio contribuye a la gerencia con insumos significativos para mejorar continuamente la calidad de la educación (Ganbold et al., 2023); convirtiéndose en prioridad para el sistema educativo y una tarea que involucra a aquellos agentes que tienen la responsabilidad de planear y proyectar el destino de las instituciones de nivel superior (Barragán et al., 2021).

La Norma ISO 9001:2015, establece que la organización debe hacer un seguimiento constante de la percepción del cliente. Además, esta norma se basa en los siguientes principios: enfoque en el cliente, liderazgo, compromiso de las personas, enfoque de procesos, mejora continua, toma de decisiones basada en la evidencia y gestión de relaciones.

De acuerdo con la UNESCO (2014), los aspectos clave para una calidad educativa son: docentes bien capacitados; contenido relevante para los alumnos; entornos de aprendizaje seguros, sensibles al género, inclusivos y propicios para el aprendizaje; conocimiento y competencias de acuerdo con los estándares nacionales; fortalecer las capacidades de los alumnos y las formas en que la educación contribuye a la paz, la ciudadanía responsable, el desarrollo sostenible y el diálogo intercultural.

Las Instituciones de Educación Superior (IES) tienen la gran responsabilidad con el país, pues promueve la formación de profesionales competentes que se insertarán en un mercado laboral siendo este un elemento activo en el sistema económico de un país. Se considera que las instituciones educativas que se administren correctamente serán vistas como una institución de alta calidad (Freire, 2017).

El SINEACE (Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa) reconoce la educación con calidad como bien público para beneficio de la población y derecho humano fundamental. Los principios que rigen los procesos de evaluación y acreditación son: eficacia, responsabilidad, participación, objetividad e imparcialidad, ética, transparencia.

El artículo 13 de la ley General de Educación N° 28044, establece que la calidad educativa es el grado óptimo de formación para preparar a las personas a enfrentar desafíos de la vida, ser ciudadanos activos y continuar con su aprendizaje.

De acuerdo con la Ley de Institutos y Escuelas de Educación Superior y de la Carrera Pública de sus Docentes, Ley N° 30512 (2016), la calidad educativa de la educación superior se enfoca en preparar a los estudiantes para el entorno laboral y la mejora del país, a través de una mayor rentabilidad y empuje. La Educación Superior debe adaptarse a las necesidades actuales y futuras de los estudiantes considerando su entorno laboral, social y cultural.

La PNESTP (Política Nacional de Educación Superior y Técnico-Productiva) define la calidad como la búsqueda de la excelencia que se hace visible en la eficiencia de los procesos, en la eficacia de los resultados y en la congruencia con las demandas y expectativas sociales, establecidos dentro de los propósitos institucionales. Además, indica que el aseguramiento de la calidad tiene como propósito: el control, la garantía y el fomento de la calidad.

La valoración de la calidad de un servicio educativo no solamente se da por el cumplimiento de las normas, sino que también al efectuar una valoración directa en los estudiantes, ya que, por la característica de intangibilidad, la medición se debe establecer desde la percepción de acuerdo a lo recibido frente a lo esperado (Arroyave & Hurtado, 2019).

Los primeros estudios de satisfacción del usuario se enfocaban en evaluar solamente las características de los productos como su principal atributo. En este sentido, se considera la satisfacción como el resultado de un proceso cognitivo de la información y que actúa como un mediador entre las expectativas del usuario y lo realmente brindado (Febres & Mercado, 2020).

La satisfacción en el ámbito académico ha sido objeto de estudio desde varias perspectivas conceptuales, sustentadas en enfoques teóricos diversos. Actualmente, las investigaciones se han centrado principalmente en dos perspectivas: las centrada en la calidad del servicio y las centradas en el bienestar psicológico (Vergara et al., 2018).

La satisfacción se relaciona con la sensación de felicidad del cliente que experimenta cuando el proveedor del servicio logra cumplir o superar sus expectativas. A nivel internacional, se considera que la satisfacción del cliente es un factor muy valioso para que una organización pueda ser competitiva (Ramírez et al., 2020).

La satisfacción es el estado placentero que tiene una persona cuando sus expectativas son cumplidas; en el ámbito estudiantil, esto se refiere al nivel de bienestar que los estudiantes perciben al cubrir sus expectativas y necesidades académicas. La satisfacción estudiantil se entiende como la cobertura de las necesidades básicas de los estudiantes, durante su estadía en las IES logrando un nivel de bienestar general (Mireles & García, 2022).

Chiva et al. (2017) menciona que la satisfacción de los estudiantes es de vital importancia para las instituciones educativas, ya que de ella depende su supervivencia. La

satisfacción contribuye a la retención de estudiantes en la institución. Por lo tanto, es crucial encontrar métodos confiables de medir la satisfacción del estudiante, lo que permitirá a las IES conocer su situación actual, compararla con la competencia y analizarla.

La satisfacción de los estudiantes es un indicador que permite evaluar la calidad de la educación, de la cual depende en su mayoría el progreso de cualquier país. Al valorar la satisfacción estudiantil se puede tomar decisiones más acertadas en la gestión orientada a la calidad educativa (Surdez et al., 2018).

La Norma ISO 10004:2018 menciona que la información recopilada al medir la satisfacción del cliente puede ayudar a mejorar de las estrategias, productos, servicios y procesos de la organización que son importantes para los clientes y sirven a los objetivos de la organización. Tales mejoras pueden generar confianza en el cliente y obtener beneficios comerciales y otros.

En el Perú, la calidad y satisfacción del cliente son factores esenciales en el sector servicios, las estimaciones económicas indican que este sector abarca el 40% de la fuerza laboral (Lizano & Villegas, 2019).

En consecuencia, las IES en el Perú deben considerar tanto los indicadores de retorno de la inversión, participación de mercado, habilidades y destrezas valoradas por la sociedad en sus egresados. Es importante comprender la satisfacción de los estudiantes ya que las instituciones con niveles de calidad altos logran atraer y retener a los estudiantes, lo cual les permite mantener su prestigio nacional e internacional (Nauca et al., 2021).

Previas investigaciones han evidenciado que los estudiantes satisfechos tienen una mayor probabilidad de comprometerse y continuar sus estudios en comparación con aquellos estudiantes insatisfechos. Además, es probable que estos últimos muestren menos interés en asistir regularmente a clases o incluso abandonen sus estudios (Bernal et al., 2016).

Por otro lado, al construir un vínculo positivo entre los estudiantes y la institución, se logra incrementar la permanencia estudiantil; para ello, se debe ofrecer servicios de calidad que generen satisfacción en los estudiantes logrando su valoración positiva en las actividades y características de la institución (Sánchez et al., 2017).

El abandono estudiantil ocurre por decisión propia, problemas económicos, familiares y/o por bajo rendimiento, entre otros. La deserción genera problemas para la sociedad pues menos recursos humanos estarán disponibles en el mercado laboral. Para el estudiante, este problema puede alterar su autoestima y el concepto de sí mismo. La deserción tiene costos económicos y emocionales e incrementa la brecha de desigualdad en las familias vulnerables (Necochea et al., 2017).

Un estudio encargado por McDonald's y realizado por Trendsity una empresa especializada en tendencias sociales, encontró que, en el Perú, el 60% de jóvenes que abandonan sus estudios empiezan a trabajar, mientras que el 21% de los que completaron el nivel secundario no tienen objetivos educativos claros. Cabe destacar que el país cuenta con 8,4 millones de jóvenes entre 15 y 29 años de edad, según datos del INEI, y de este grupo, el 17,6% no trabaja ni estudia (El Comercio, 2018).

Costa, et al. (2018) plantea que no basta con monitorear los índices que miden la tasa de deserción, sino que es importante ahondar e identificar los factores que llevan a los estudiantes a abandonar su carrera, determinando el momento preciso en que comienzan a fallar o tener problemas en los estudios.

Se considera oportuno realizar una aclaración de terminología, se reemplazará el término “cliente” por “estudiante” por motivos de adaptación, debido a que la denominación “estudiante” es más apropiado y específico para el ámbito educativo, ya que se considera que los estudiantes son clientes que reciben un servicio a cambio de un pago, similar a la relación entre una empresa y sus clientes.

El Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín E.I.R.L, fundada por el Sr. Manuel Tirado Angulo, en su afán de seguir apoyando y fortaleciendo la educación de los jóvenes de la provincia de Celendín, departamento de Cajamarca, ofrece cuatro carreras técnicas profesionales: Administración de Empresas, Contabilidad, Computación e Informática y Traducción de Idiomas (inglés). El Instituto Privado Celendín fue creado mediante la Resolución Ministerial N° 0231-2007-ED de fecha 08 de junio del 2007, la cual viene brindando una educación de calidad, formando profesionales que serán líderes empresariales para el desarrollo de Celendín y el Perú en su conjunto.

El IESTP “Celendín” tiene como misión ser una institución líder de Educación Superior Privada; que forma profesionales técnicos competitivos capaces de generar su propia fuente de trabajo. Cuenta con una plana docente calificada proactiva y creativa que contribuye al desarrollo económico y social sostenible de la región y la nación, haciendo

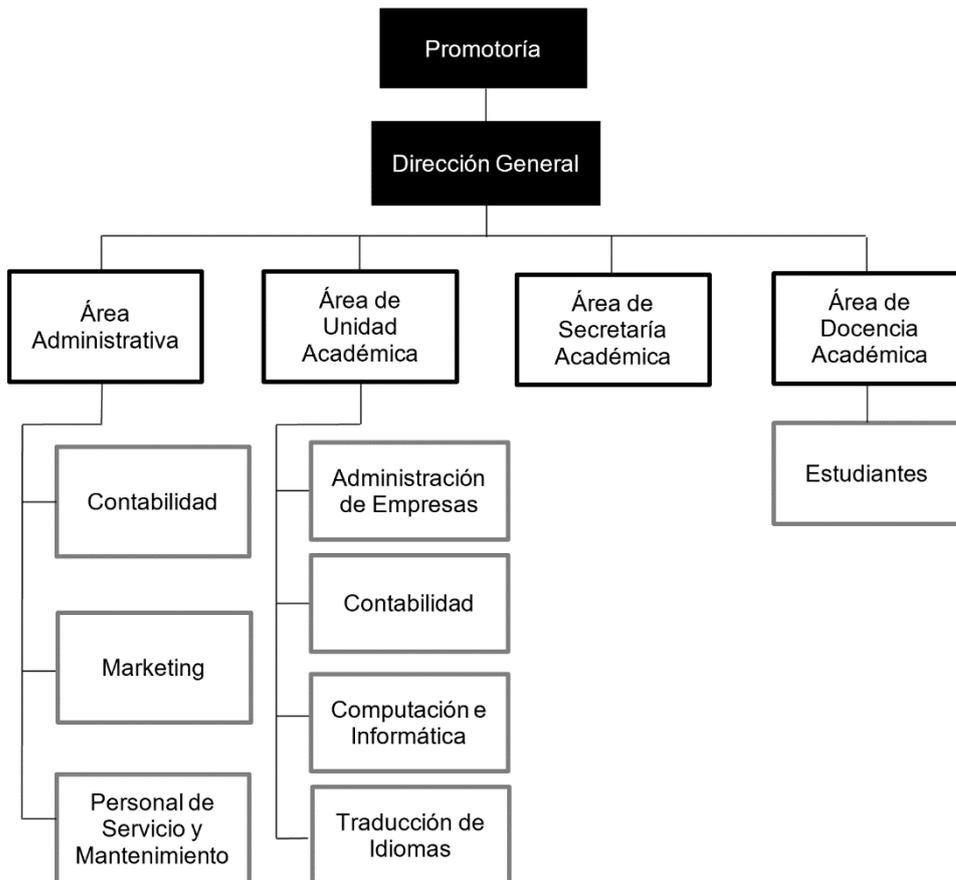
suyas las aspiraciones de los integrantes de la comunidad educativa en un clima de participación y mutuo compromiso.

La visión del IESTP “Celendín”, es lograr una ruta institucional sólida que prestigie su elevado protagonismo de la calidad de sus egresados, su plana docente y el mejoramiento continuo de los procesos de formación del técnico profesional, estimulando la creatividad, buscando perspectivas y asumiendo riesgos. Ofrece márgenes de flexibilidad con vistas a apoyar la iniciativa individual y colectiva; garantizar la actualización profesional para optar el título de técnicos en las diferentes carreras profesionales que oferta la institución.

El Instituto Privado Celendín, cuenta con el siguiente organigrama:

Figura 1

Organigrama Estructural – IPC



Nota. Organigrama elaborado por el Instituto Privado Celendín, donde se presenta la distribución de las diferentes áreas que lo conforma.

El Instituto Privado Celendín, es la primera institución educativa en alcanzar un premio nacional al competir con 46 universidades y 3 institutos superiores y luego el premio internacional al competir con más de 600 NAFS a nivel de todos los países latinoamericanos, en la convocatoria de programas de cooperación de la Unión Europea con América Latina

EUROsociAL+, mediante el cual el IPC ha sido ganador con el primer premio internacional en el concurso audiovisual innovador #NAF2.0, en la categoría de estudiantes, por lo cual participó en el Taller Internacional sobre Experiencias Innovadoras sobre los NAF, que se realizó en la ciudad Imperial del Cuzco del 10 al 12 de junio del año 2019, en dicho evento participaron por el primer puesto el estudiante José Victor Chávez Aguirre, alumno de la Carrera Profesional Técnica de Contabilidad V – Semestre Académico; y el Mg. Ulises Linares Castañeda, Coordinador del proyecto NAF Celendín.

En los últimos años se ha venido presentando un incremento de casos de deserción en los cuatro programas de estudios y en cada uno de los semestres (del I al VI). La tasa de deserción para el año 2019 fue de 19.5%, para el 2020 fue de 59% y para el 2021 fue de 30%, lo cual se ve manifestado en la falta de asistencia, abandono de los estudios, bajo rendimiento académico y falta de identificación con la institución.

En consecuencia, el número de estudiantes con educación superior incompleta aumenta en el mundo laboral sin lograr obtener los ingresos deseados ni un puesto destacado, además de un sentimiento de pérdida de tiempo en estudios infructuosos. Por otro lado, para el instituto esto significa una disminución en sus ingresos, pérdida de lo invertido en contrataciones de los docentes y personal administrativo y verse afectada su reputación entre la sociedad y ser menos atractiva para los futuros postulantes.

Además, al mantener satisfechos y motivados a los estudiantes, existe más probabilidad de contar con un mayor número de estudiantes matriculados y una disminución en la deserción estudiantil, y gracias al retorno de la inversión el Instituto Privado Celendín

puede cumplir con sus fines educativos, económicos y financieros y futuras reinversiones en materiales, máquinas y equipos.

Todo lo expuesto hasta este punto se fundamenta en estudios previos como lo realizados por Borishade et al. (2021) en el artículo “Evaluar la relación entre la calidad del servicio, la satisfacción y la lealtad de los estudiantes: la experiencia de educación superior nigeriana”; tuvo como propósito examinar el papel del servicio de calidad, la satisfacción y la lealtad de los estudiantes en las instituciones de educación superior en Nigeria. Su diseño de investigación fue cuantitativo mediante procedimientos estadísticos descriptivo e inferenciales, analizando la respuesta de 265 estudiantes de una universidad privada, en un cuestionario estructurado, concluyendo que las dimensiones de la calidad del servicio influyen significativamente en la lealtad de los estudiantes. Sin embargo, esta relación está mediada por la satisfacción de los estudiantes. En suma, plantean la necesidad de integrar un servicio de calidad en la institución de educación superior, pues influye en la satisfacción de los estudiantes, fortaleciendo su lealtad.

Asnawi y Nina (2020) en su artículo “Calidad de servicio percibida en el contexto de educación superior islámica de Indonesia: una prueba del modelo de calidad de servicio de educación superior islámica (i-HESQUAL)”; examinó el papel de la calidad del servicio, satisfacción y lealtad de los estudiantes en instituciones de educación superior en Nigeria. El diseño de la investigación es cuantitativo, se empleó la estadística descriptiva e inferencial y con una encuesta de muestreo no probabilístico de 384 estudiantes, 378 cuestionarios fueron declarados válidos para el análisis explicativo. Los hallazgos revelaron una

importante asociación significativa entre la calidad del servicio y la lealtad de los estudiantes. Sin embargo, esta relación está mediada por la satisfacción de los estudiantes.

Yaguachy (2020) en su artículo “Satisfacción del Servicio Educativo con la Calidad de la Educación en la Unidad Académica de Ciencias Sociales de la Carrera de Sociología de la Universidad Técnica de Machala. Ecuador”, tuvo como objetivo Determinar la relación que existe entre la satisfacción de los estudiantes y la calidad educativa en la unidad académica de ciencias sociales de la carrera de sociología de la universidad técnica de Machala, Ecuador. La investigación es de tipo básica, de alcance descriptivo correlacional, el diseño utilizado es no experimental, de corte transversal. La muestra fue de 120 alumnos de la unidad académica de ciencias sociales de la carrera de sociología de la universidad técnica de Machala, Ecuador. Se concluyó que existe una correlación significativa entre la satisfacción de los estudiantes y la calidad educativa en la unidad académica de ciencias sociales de la carrera de sociología de la universidad técnica de Machala, Ecuador.

Pecina (2019) en su artículo “Evaluación de la satisfacción académica del estudiante de enfermería sobre la calidad del servicio educativo”, tuvo como objetivo evaluar la satisfacción de los estudiantes de octavo semestre respecto a la calidad de los servicios educativos en la Licenciatura en Enfermería de la Universidad Pública, en México, con un enfoque de estudio cuantitativo, descriptivo, transversal con 136 informantes de octavo semestre. Finalmente se encontró correlación significativa y positiva entre las variables satisfacción académica y calidad del servicio educativo. Por lo que se concluyó que existe un nivel medio de satisfacción académica del estudiante de octavo semestre respecto a la

calidad educativa de la Licenciatura en Enfermería, dichos resultados confirman que la calidad tiene una relación directa al satisfacer las necesidades o expectativas del estudiante.

Hama et al. (2020) en su artículo “El impacto de la calidad del servicio en la satisfacción de los estudiantes y el personal académico dentro de las instituciones de educación superior: un estudio de caso de la ciudad de Sulaimani en el norte de Irak”, El objetivo de este estudio es explorar la relación entre el conjunto de dimensiones de la calidad general del servicio y satisfacción de los estudiantes y el personal académico en las IES de la ciudad de Sulaimani, en el norte de Irak. La naturaleza de este estudio es cuantitativa de carácter descriptivo. Se llevó a cabo a través de cuestionario. La población de investigación consistió en estudiantes y personal académico con un total de 618 encuestados, de tres colegios públicos y dos privados, un instituto técnico privado y dos institutos técnicos públicos. Los hallazgos de esta investigación indican que existe una importante correlación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes y el personal académico.

Vigo y González (2020) en su tesis “Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un laboratorio de Análisis Clínicos de Pacasmayo”, tuvo como objetivo determinar la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en un Laboratorio de Análisis Clínicos de Pacasmayo. La investigación, de acuerdo al nivel de medición es cuantitativa y con respecto al análisis de la información es no experimental, con diseño correlacional con una muestra de 50 usuarios, se utilizó el cuestionario de la calidad de servicio basado en el modelo SERVQUAL y otro para la satisfacción del cliente. Se concluyó que existe relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente. A la vez

existe relación entre cada una de las dimensiones de calidad de servicio y satisfacción del cliente en todas las dimensiones como son elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Arce y Arana (2017) en su artículo de investigación “Relación entre la calidad de servicios académicos y la satisfacción en los estudiantes de la universidad peruana unión filial Tarapoto- 2017”, tuvo como propósito determinar el grado de relación que existe entre la calidad de servicios académicos y la satisfacción en los estudiantes de la Universidad Peruana Unión – Filial Tarapoto, 2017. El tipo de investigación fue descriptiva, explicativa, evaluativa y propositiva con un diseño de investigación no experimental, correlacional de corte transversal, luego se aplicaron a 476 estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales y para obtener los resultados se utilizó dos instrumentos. Los resultados muestran que existe una relación directa significativa ($r = 0.770^{**}$; $p < 0,00$) entre la Calidad de servicios académicos y la satisfacción educativa; es decir, cuando más alta sea la calidad de servicios académicos existirá más satisfacción educativa puesto que a mayor eficiencia y eficacia mejor será la satisfacción de los estudiantes y para fortalecer la relación entre la equidad y la satisfacción, es importante mantener a la institución en un proceso de mejora continua involucrando a los estudiantes en las actividades académicas que se realizan.

Ferreira (2017) en su tesis “La calidad de los servicios educativos y la satisfacción del estudiante extranjero de la Universidad Peruana Unión, Lima, 2017”, tuvo como objetivo determinar el grado de correlación entre la calidad del servicio y el nivel de satisfacción, de acuerdo con la percepción de los estudiantes extranjeros de la Universidad Peruana Unión correspondiente al periodo 2017. Con una metodología de investigación cuantitativo, no

experimental con diseño correlacional. Según el muestreo no probabilístico estratificado fueron 117 estudiantes extranjeros. Se concluyó que el grado de correlación entre ambas variables es muy fuerte y directamente proporcional a través del coeficiente de Pearson $r=0.614$, ($p<0.05$).

Amaro (2021) en su tesis “Calidad de Servicio Educativo y Satisfacción del Estudiante en Instituciones Educativas Públicas de la Ugel 06, Ate – 2021”, tuvo como objetivo demostrar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del estudiante en las instituciones educativas públicas de la UGEL 06 – ATE – 2021. La investigación es de enfoque cuantitativo, nivel correlacional, diseño no experimental de tipo básica y corte transversal. La muestra estuvo conformada por un total de 336 estudiantes de los niveles de 4to. y 5to grado de secundaria. Se utilizó un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0.914, significancia 0.000 menor a 0.05; se concluye que existe una relación positiva perfecta entre las variables de estudio, donde diversos estímulos y experiencias influyen en los estudiantes.

Moran (2018) en su tesis “Calidad de Servicio y Satisfacción del Estudiante en la Universidad Autónoma del Perú Villa El Salvador – 2018”, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la Calidad de servicio y la Satisfacción del Estudiante en la Universidad Autónoma del Perú, en el distrito de Villa El Salvador en el año 2018. Utilizó el método cuantitativo, de tipo descriptivo no experimental ya que no se manipularon las variables, el diseño de la investigación fue descriptivo correlacional, la muestra fue de 353 estudiantes. En su prueba de hipótesis, el análisis de RHO de Spearman resultó de 0,824,

con un $p=0,000$, lo que indica que existe una correlación directa y alta entre las variables calidad de servicio y satisfacción del estudiante en la Universidad Autónoma del Perú.

Fernández y Torres (2019). En su tesis sobre “Percepción de la calidad del servicio y satisfacción de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico ‘Hno. Victorino Elorz Goicoechea’. Cajamarca, 2019”, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la percepción de la calidad y la satisfacción del servicio educativo en estudiantes del 7mo. Ciclo del I.E.S.P. Hno. Victorino Elorz Goicoechea durante el año 2019. La investigación es no experimental de tipo básico, de enfoque cuantitativo, con alcance correlacional, de diseño no experimental y de temporalidad transversal. Su población fue de 62 estudiantes de 6 carreras entre hombres y mujeres. Sus resultados determinaron que existe correlación positiva muy fuerte entre la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes del 7mo. ciclo del I.E.S.P. “Hno. Victorino Elorz Goicoechea” durante el año 2019; obteniendo como resultados un coeficiente de correlación de 0.796 y el coeficiente de determinación de 63.39%. La satisfacción de los estudiantes es clave para la calidad educativa y debe ser considerada en las políticas y programas de la institución.

Chugnas y Núñez (2018) en su tesis “Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente del Complejo Baños Del Inca- Cajamarca, 2018”, tuvo como objetivo determinar si existe una correlación significativa entre las variables, para ayudar a entender y comprender las relaciones de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. El diseño de investigación fue descriptivo, no experimental de corte transversal. La muestra fue de 135 clientes. Se concluye que existe una relación directa entre la calidad de servicio y satisfacción de los clientes del complejo turístico Baños del Inca, pues el análisis de

regresión para esta relación arrojó un coeficiente de correlación de 0.84, el cual permite afirmar que el grado de relación entre calidad del servicio y satisfacción del cliente del complejo turístico Baños del Inca es estadísticamente significativa positiva perfecta, y se concluye que la satisfacción del cliente es la evaluación de la calidad del servicio, variables que se complementan y para que exista satisfacción es pertinente considerar la evaluación de la calidad.

Fernández (2018) en su tesis “Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad Provincial de Chota, 2018”, tuvo como propósito determinar la correlación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad Provincial de Chota, 2018. El estudio con método hipotético deductivo y diseño descriptivo correlacional no experimental. El cuestionario fue aplicado a una muestra de 50 usuarios Se concluye que existe una correlación significativa en las variables calidad del servicio y satisfacción, lo que quiere decir que la calidad del servicio se relaciona con la satisfacción de los usuarios en la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad Provincial de Chota, por ende, estas variables juegan un papel muy importante en lo que se refiere a brindar un servicio de calidad óptima.

León y Saldaña (2021) en su tesis “Calidad del Servicio y su Relación con la Satisfacción del Cliente en la Empresa Rock’os Café - Cajamarca 2021”, tuvo como objetivo general determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Rock’os Café – Cajamarca 2021. El tipo de investigación es aplicada, el nivel de investigación es descriptivo - correlacional, el diseño de la investigación es no experimental

de corte transversal y el método utilizado es hipotético – deductivo. La población y muestra no probabilística considerada es de 50 clientes. Se aplicó la prueba estadística de correlación de Spearman para comprobar la hipótesis general dando como resultado $Rho = 0.955$ y Sig. Aprox. = 0.000, por lo tanto, se concluyó que existe relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Rock'os Café – Cajamarca 2021.

Centurion (2019) en su tesis “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en La Pollería Carozos Chicken en la Ciudad Cajamarca del 2019”, tuvo como objetivo general determinar la relación que existe en la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la pollería Carozos Chicken Cajamarca 2019. La investigación fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 40 clientes que visitaron la pollería en el mes de mayo del 2019. Para el análisis estadístico se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson, cuyo resultado fue de 0.780, indicando que existe una “Correlación positiva considerable” entre las variables bajo estudio.

Para brindar una base sólida y coherente a esta investigación, a continuación, se presenta las bases teóricas.

La calidad del servicio es la apreciación global justificada en la comparación de las expectativas sobre el servicio que se espera recibir y las percepciones sobre el desempeño de la organización (Parasuraman et al., 1988, como se cita en Hernández et al., 2017). Cada vez son más importantes los usuarios en la valoración de la calidad de los servicios educativos, lo que supone sustanciales cambios en la forma de trabajo de los profesionales (Hernández et al., 2017).

Bernate et al. (2020) alega que la calidad del servicio se define como la diferencia entre las expectativas de los clientes respecto del servicio y el servicio percibido. Se basa en que los usuarios sean servidos al máximo grado posible, significando que los servicios o productos satisfagan sus requerimientos y necesidades. Los usuarios deciden si la calidad de los bienes y servicios es admisible y satisface sus necesidades, por ende, es él quien se sitúa en el centro de cualquier organización que busque la excelencia.

Patrón (2021) menciona que la calidad trasciende más allá que el cumplimiento de los estándares, pues estos son alcanzados con facilidad si las partes están comprometidas con las funciones que realizan. La calidad conlleva marcar una distinción para dejar una huella en la percepción del cliente lo cual garantizará altos niveles de satisfacción y retorno.

En el marco de este estudio se utilizará la base teórica del modelo Servqual que fue creado por los investigadores Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1985.

La encuesta SERVQUAL diseñado por Parasuraman, debido a su validez y confiabilidad, es reconocida como la herramienta multidimensional más aceptada y utilizada para examinar la calidad del servicio e incluye en su diseño una serie de requisitos de calidad (Bustamante et al., 2019).

El método Servqual es altamente adaptable según las características de la organización que se desee evaluar y de fácil aplicación. Sumando a esto, permite examinar la variada gama de opiniones de los clientes, sus percepciones y expectativas (Bustamante et al., 2019).

Este modelo, es un modo de evaluación que se realiza mediante el método de encuestas y sobre la estructura de un cuestionario pretendiendo medir un sistema de dimensiones y de ítems que reflejan las dimensiones de la calidad de servicio (Bustamante et al., 2019). Las dimensiones del Modelo Servqual son:

Fiabilidad

Habilidad para ejecutar el servicio prometido de manera segura y rigurosa. (Parasuraman et al., 1988, como se cita en Bustamante et al., 2019).

La fiabilidad se refiere a la capacidad de la empresa para realizar el servicio prometido de manera confiable y precisa (Zeithaml et al., 2022).

La fiabilidad es la capacidad para brindar servicios dignos, precisos y seguros que cumplan con las promesas realizadas. Las organizaciones deben demostrar a sus clientes que sus servicios ofrecidos garantizan un grado de confianza sobre los resultados futuros (Hernández et al., 2017).

Seguridad

Es la destreza de los empleados para evidenciar conocimiento, ser amables e inspirar credibilidad (Parasuraman et al., 1988, como se cita en Bustamante et al., 2019).

Está asociada con los conocimientos, capacidades y habilidades de los colaboradores, puesto a que estos aspectos generan veracidad y certeza al ofrecer un servicio (Matsumoto, 2014, como se cita en Peñafort et al., 2020).

La seguridad es un valor intangible por excelencia se basa en inspirar confianza, credibilidad, cortesía y su capacidad para infundir buenas intenciones. Los usuarios esperan adquirir servicios que ofrezcan garantía de seguridad en las propuestas emitidas, la puntualidad y un espacio físico adecuado. No obstante, por ejemplo, en el caso de que el usuario observe daño físico en las instalaciones, con solo ese detalle sentirá que no es seguro recibir un servicio en ese tipo de instalaciones (Hernández et al., 2017).

Elementos Tangibles

El aspecto de la infraestructura, el equipamiento, el personal y las herramientas de comunicación (Parasuraman et al., 1988, como se cita en Bustamante et al., 2019).

Los aspectos tangibles están relacionados con la apariencia de la empresa y empleados. En primera instancia los clientes evalúan el entorno físico de la organización, es decir, los equipos y materiales para prestar el servicio y el diseño de la edificación (Murali et al., 2016, como se cita en Silva et al., 2021).

Los clientes resaltan el valor de los elementos físicos de las organizaciones en la evaluación de la calidad, ya que los servicios, a pesar de su intangibilidad, requieren elementos materiales para su elaboración, comercialización y consumo. Los elementos tangibles comprenden aspectos físicos como la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales de comunicación (Hernández et al., 2017).

Capacidad de respuesta

Estar disponible y asistir a los clientes para fomentar el servicio de manera oportuna (Parasuraman et al., 1988, como se cita en Bustamante et al., 2019).

Es la disposición del personal para brindar a los clientes un servicio ágil y adecuado, considerando sus solicitudes y requerimientos, sin olvidar seguir los protocolos de seguridad necesarios (Matsumoto, 2014, como se cita en Peñafort et al., 2020).

La capacidad de respuesta consiste en mantener contacto con el cliente respondiendo a sus necesidades de manera oportuna. Esta dimensión se refiere a la disposición y voluntad para ayudar a los usuarios a ofrecerles un servicio rápido. Frecuentemente, los clientes perciben falta de actitud de servicio por parte de los empleados, lo que indica que no sienten la disposición al ser escuchados y resolver sus problemas o emergencias de la manera más adecuada (Hernández et al., 2017).

Empatía

Proporcionar a los clientes una atención personalizada y minuciosa. (Parasuraman et al., 1988, como se cita en Bustamante et al., 2019).

Es la cortesía, la capacidad de ponerse en el lugar del cliente y comprometerse con él, intentando encontrar la respuesta más adecuada y deseada para el consumidor (Maqueda, 1995, Citado en Rodríguez, 2018).

La empatía denota tratar a los usuarios como individuos y entender su perspectiva. Las personas que laboran en las coordinaciones en instituciones de educación, deben

demostrar su capacidad de escuchar a sus clientes para entender sus inquietudes, problemas y motivaciones, esto le da un valor agregado a la calidad del servicio, permitiéndoles corregir a tiempo sus errores a la hora de satisfacer esas necesidades (Hernández et al., 2017).

Existen varios enfoques teóricos para conceptualizar la calidad de servicio, a continuación, se mencionan los más relevantes para esta investigación:

Modelo de la Imagen: Desarrollado por Grönroos (1988, 1994) donde examina las diferencias entre servicio esperado y percepción del servicio, vinculando la calidad con la imagen corporativa ya que el cliente está influenciado no solo por el resultado del servicio sino también por la forma en que se le brinda la imagen empresarial. Un resultado satisfactorio se obtiene cuando el servicio cumple las expectativas del cliente y lo satisface en cuanto a calidad real percibida (Cruz et al., 2018).

Modelo de la Calidad Total (TQM): Rashid y Anil (2021) confirman que el TQM es una filosofía de gestión que busca lograr los mejores resultados en términos de beneficios, rendimiento e imagen organizacional. Su objetivo es que cada miembro de la organización sea responsable de su desempeño y esté interesado en la calidad; por lo tanto, esto implica la necesidad de contar con conocimientos y experiencia de manera continua.

Modelo SERVPERF (Service Performance): Modelo propuesto por Cronin y Taylor (1992) con dimensiones que permiten evaluar la calidad del servicio desde la perspectiva de los clientes, éstas son: aspectos tangibles, confiabilidad, respuesta rápida, seguridad y empatía (Ramos et al., 2020).

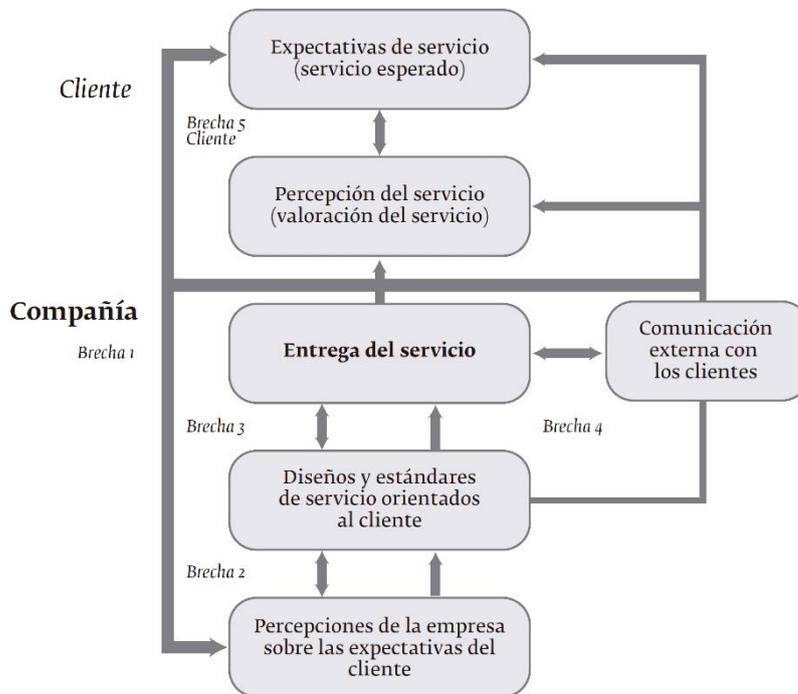
Esta escala está basada exclusivamente en la valoración de las percepciones, con una evaluación similar a la escala SERVQUAL (Cruz et al., 2018).

Modelo SERVQUAL (Service of quality): El enfoque principal del modelo SERVQUAL hace referencia a la medición las expectativas que los clientes poseen sobre las organizaciones. De esta forma, se compara esa evaluación con la percepción de los clientes sobre las cinco dimensiones que conforman este modelo (Cañón & Rubio, 2018).

Bustamante et al. (2019) explica la figura 1, un modelo que analiza las discrepancias, diferencias, gaps o brechas del modelo Servqual, que pueden ser percibidas por los clientes (gap 5: visualiza la manera en que los clientes construyen una opinión sobre la calidad de los servicios que reciben); en la gestión interna de las organizaciones de servicios (gaps del 1 al 4: refleja las deficiencias que pueden surgir en las organizaciones para con el cliente, lo que conllevaría a un déficit de calidad en su abastecimiento).

Figura 2

Esquema del Modelo Servqual



Nota. Modelo de las brechas sobre la calidad en el servicio (Zeithaml & Bitner, 2002, citado en Bustamante et al., 2019, p. 10).

Deficiencia 1: señala la discrepancia entre las expectativas del usuario sobre un servicio concreto y las creencias que los directivos tienen sobre lo que el consumidor anhela de ese servicio (Bustamante et al., 2019).

Deficiencia 2: calcula la diferencia entre las percepciones de los directivos y las normas o especificaciones de calidad establecidas (Bustamante et al., 2019).

Deficiencia 3: estima la diferencia entre las normas o especificaciones de calidad para el servicio y su ejecución real (Bustamante et al., 2019).

Deficiencia 4: mide la discrepancia entre la entrega del servicio y la comunicación externa (Bustamante et al., 2019).

Deficiencia 5: mide la diferencia entre las expectativas del servicio y la calidad percibida del mismo, determinando el nivel de calidad alcanzado; para reducir esta diferencia es necesario controlar y disminuir todas las demás (Bustamante et al., 2019).

La Satisfacción del cliente es la conformidad con el producto o servicio que ha adquirido. Es decir, es la respuesta del cliente que evalúa sus expectativas previas con el rendimiento real del servicio (Kotler et al., 2017).

La satisfacción del cliente depende de cómo el producto cumple con las expectativas del comprador. Si el rendimiento no satisface las expectativas, el cliente estará insatisfecho; si coincide, el cliente está satisfecho; si supera las expectativas, el cliente estará muy satisfecho o maravillado. Esto genera clientes leales que recomiendan el producto o servicio. Mientras que los insatisfechos se cambian a la competencia y desestiman el producto (Kotler & Armstrong, 2018).

Por lo tanto, la satisfacción del cliente no solo se logra con un servicio excepcional, sino también con la promesa de la oferta de valor y a resolver los problemas de compra. La mayoría de los clientes quieren una experiencia sin esfuerzo. A veces las empresas bajan sus precios o aumentando sus servicios para incrementar la satisfacción de sus clientes, pero esto podría afectar negativamente las ganancias. Lo que se busca es un equilibrio entre: generar

más valor y satisfacción para el cliente, pero no sacrificar la rentabilidad (Kotler & Armstrong, 2018).

Del mismo modo, Vilca et al. (2021) afirma que la satisfacción del cliente es uno de los puntos críticos que garantizan una excelente calidad en el servicio, significa dar sobrepase de lo que esperan los consumidores referentes a la institución, estableciendo cuál es el requerimiento que el consumidor anhela y cuál es el grado de beneplácito que desea que le otorguen.

Son tres las dimensiones que conforman la satisfacción del cliente según la teoría propuesta por Kotler (1989).

Rendimiento Percibido

Referido a la productividad que el cliente espera obtener después de adquirir un producto o servicio; entonces es aquel resultado que el cliente obtuvo del producto o servicio adquirido. Sus principales características son: el cliente hace una valoración desde su punto de vista; se evidencia en base a los resultados que el cliente obtiene con el servicio o producto; basado en las percepciones del cliente y no específicamente en la realidad; influye las opiniones de terceras personas que de alguna manera afecte en el cliente; relacionada al estado de ánimo del cliente y sus necesidades (Contreras, 2018).

El rendimiento percibido remite a los juicios, percepciones, creencias u opiniones asociadas a la satisfacción con el producto o servicio adquirido (Parasuraman et al., 1993, como se cita en Güere & Yangali, 2022).

El rendimiento percibido es el análisis que realiza el cliente en relación al valor que recibe de un producto o servicio y los costos totales de una oferta de marketing, con respecto a la competencia (Kotler & Armstrong, 2012 como se cita en Güere & Yangali, 2022).

Expectativas

Son las esperanzas que los clientes tienen por adquirir algo que les interesa. Estas expectativas surgen por efecto de las siguientes situaciones: promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio; experiencias que hayan tenido en anteriores compras; opiniones de personas cercanas como familia, amigos, conocidos, etc., promesas que ofrecen los competidores (Contreras, 2018).

Las expectativas son las esperanzas que los clientes tienen sobre lo que espera recibir de un producto/servicio antes de comprarlo. Es decir, el nivel de referencia que el consumidor tiene en mente de lo que espera obtener del producto o servicio que adquirirá (Thompson, 2005 como se cita en Güere & Yangali, 2022).

Las expectativas son los anhelos que pretende satisfacer, independientemente de si sea un comprador experimentado o principiante; también está influenciada por la experiencia que demanda durante la compra de un producto y/o servicio (Güere & Yangali, 2022).

Nivel de satisfacción

Después de haber realizado la adquisición de un producto o servicio, el cliente aprecia uno de éstos tres niveles de satisfacción: insatisfacción (ocasionado cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente); satisfacción

(cuando el desempeño percibido del producto concuerda con las expectativas del cliente);
complacencia (cuando el desempeño percibido supera las expectativas del cliente)
(Contreras, 2018).

Entre los niveles de satisfacción tenemos: insatisfacción, es cuando el bien o servicio no cumple con las expectativas de los clientes; satisfacción, el bien o servicio dado por la empresa satisface las expectativas de los clientes; complacencia, el bien o servicio se percibe como mayor a las expectativas de los clientes (Lumba & Medina, 2021).

La satisfacción del cliente se refiere al grado en que las expectativas de un cliente fueron satisfechas, lo cual se mide determinando las diferencias entre rendimiento real percibido y las expectativas de los clientes. Si los clientes adquieren la calidad de servicio que esperaban, entonces mayor será satisfacción. La calidad del servicio juega un papel importante para determinar la satisfacción del cliente (Gazi et al., 2021).

Existen cuatro principales enfoques teóricos para conceptualizar la satisfacción del cliente:

Teoría de la confirmación de expectativas (TEC): Desarrollado por Oliver en 1981. Se destaca por ser un modelo sólido para entender el comportamiento de recompra y la intención de recomendación en la investigación de mercados, los cuales son factores esenciales en la lealtad del cliente. Se basa en dos factores afectivos: la expectativa y la experiencia real, que se utilizan para explicar satisfacción del cliente (Chan et al., 2018).

El Paradigma de la desconfirmación de las expectativas: En 1977, Oliver plantea que la comparación entre expectativas y percepciones influye en la satisfacción del cliente.

La satisfacción del cliente es una función directa de la desconfirmación subjetiva en el sentido de que está relativamente determinada por la amplitud y la dirección de la desconfirmación. Este modelo se ha utilizado en gran medida para estudiar la satisfacción del cliente y la continuidad del uso (Saitab et al., 2020).

Teoría de la disonancia cognitiva: En 1957, Festinger definió a la disonancia cognitiva como un estado psicológicamente incómodo que surge cuando hay un conflicto mental después de efectuar una compra. Dicho de otro modo, este concepto describe el malestar emocional que se experimenta en cualquier etapa del proceso de decisión de compra (Volkan et al., 2023).

La Teoría del contraste: Los consumidores magnificará la diferencia entre lo que esperan y lo que realmente reciben, así el desempeño objetivo podría caer por debajo de las expectativas generadas, debido a que el cliente se generó expectativas previas al consumo, que exageraran la disparidad con el producto en el proceso cognitivo de contraste entre expectativa y desempeño (Padilla, 2019).

1.2. Formulación del problema

Esta investigación pretende determinar si existe relación entre la calidad de servicios y la satisfacción del cliente en el Instituto Privado Celendín, respondiendo a la pregunta general de investigación: ¿Existe relación entre la calidad de servicios y la satisfacción del cliente en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?

Las preguntas específicas que se establecen para esta investigación son:

- ¿Existe relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?
- ¿Existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?
- ¿Existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?
- ¿Existe relación entre la seguridad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?
- ¿Existe relación entre la empatía y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?

Según Hernández et al. (2014), Es importante justificar la elección de la metodología para que los lectores puedan comprender cómo se realizó el estudio y determinar la validez de los resultados. La justificación metodológica se puede dividir en varias dimensiones, que incluyen la justificación teórica, práctica, metodológica y social.

- Justificación teórica, se realiza con la finalidad de contribuir a los conocimientos referente a la calidad de servicio y su mejora continua para

lograr la satisfacción de los estudiantes. Así mismo, servirá como referencia o antecedente para futuras investigaciones en esta línea de estudio.

- Justificación práctica, con la información encontrada sobre los puntos críticos en los cuales la institución está fallando, dar recomendaciones de las acciones que podrían aplicarse para mejorar la satisfacción del cliente/estudiante del Instituto Privado Celendín que los directivos puedan tomar decisiones asertivas.
- Justificación metodológica, se justifica en la aplicación de un instrumento validado y confiable, con una base científica a través de un cuestionario que mide la calidad del servicio mediante las percepciones y expectativas de los estudiantes basado en cinco dimensiones.
- Justificación social, la investigación ayudará a identificar estrategias referentes a la calidad de servicios para instituciones educativas de nivel superior, para mejorar la calidad de éstas en la sociedad y su impacto en ella.

1.3. Objetivos

El objetivo general de la presente investigación es determinar si existe relación entre la calidad de servicios y la satisfacción del cliente en el Instituto Privado Celendín en el año 2022, y como objetivos específicos se consideran:

- Determinar si existe relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

- Determinar si existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.
- Determinar si existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.
- Determinar si existe relación entre la seguridad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.
- Determinar si existe relación entre la empatía y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

1.4. Hipótesis

Se busca someter a prueba la siguiente hipótesis de investigación: Existe una relación directamente proporcional entre la calidad de servicio con la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022, en contraparte al amparo de la propuesta de Karl Popper respecto a la falsación de la teoría se propone como hipótesis nula la siguiente: No existe una relación directamente proporcional entre la calidad de servicio con la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

Entre las hipótesis específicas planteadas tenemos:

- Existe una relación directa entre los elementos tangibles y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.
- Existe una relación directa entre la fiabilidad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.
- Existe una relación directa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.
- Existe una relación directa entre la seguridad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.
- Existe una relación directa entre la empatía y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

El tipo de investigación científica por su finalidad es aplicada (práctica o empírica), la cual se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren permitiendo soluciones de problemas prácticos (Gabriel, 2017).

Implementaste la estrategia para que sea aplicada

El método de esta investigación es el hipotético – deductivo, en éste, las hipótesis son puntos de partida para nuevas deducciones. Se parte de una hipótesis inferida por datos empíricos, y aplicando los criterios de la deducción, se llega a predicciones que se contrastan a verificación empírica, y si hay correspondencia con los hechos, se comprueba la veracidad o no de la hipótesis de partida (Rodríguez & Pérez, 2017).

Es indispensable conocer las rutas establecidas por las comunidades científicas para estudiar diversos temas. Existen tres rutas principales: la cuantitativa, la cualitativa y la mixta. No hay ruta mejor que otra, sino solo más adecuada para abordar el problema de investigación y todas requieren de diferentes métodos y diseño de investigación (Hernández & Mendoza, 2018).

En el enfoque cuantitativo se parte de una idea delimitada, seguido de la formulación de objetivos y preguntas de investigación. Se revisa la literatura y se construye un marco teórico. De las preguntas surgen hipótesis y se definen variables. Se elabora un plan para probar las hipótesis, que son como “el mapa del enfoque”. Se seleccionan casos para medir las variables, se analizan las mediciones obtenidas con métodos estadísticos y se dan conclusiones (Hernández & Mendoza, 2018).

Bajo el enfoque cualitativo se utiliza como base información no numérica, la cual se obtiene de procesos de recolección de datos no estandarizados y tampoco se utiliza la estadística para su análisis. Mediante el uso de este enfoque, se busca responder preguntas de investigación previamente establecidas y comprender los fenómenos estudiados en profundidad, más no se prueban las hipótesis (Buelvas & Rodríguez et al., 2021).

El enfoque mixto es una fusión del enfoque cuantitativo y cualitativo. Mientras que las investigaciones cuantitativas se centran en realidades objetivas y las investigaciones cualitativas en realidades subjetivas, las investigaciones mixtas abordan realidades intersubjetivas (Castro et al., 2020).

De acuerdo a lo expuesto por los autores, la presente investigación utiliza un enfoque cuantitativo debido a que se llevó a cabo la medición de las variables, los resultados se presentaron en valores numéricos y análisis estadísticos para comprobar las hipótesis planteadas, responder a las preguntas de investigación y dar conclusiones.

Hernández y Mendoza (2018) reconocen que el enfoque cuantitativo puede adoptar un diseño experimental o no experimental. Cabe señalar que ningún tipo de diseño es mejor que otro, ya que la elección del diseño más apropiado para un estudio depende del planteamiento del problema, los alcances de la investigación y la formulación o no de hipótesis y su tipo.

La investigación experimental se aplica únicamente cuando se emplea el método del experimento, el cual involucra una manipulación directa de la variable independiente por

parte del investigador, para determinar su impacto sobre la variable dependiente en condiciones de control de las variables externas (Hernández et al., 2018).

La investigación no experimental efectúa las variables sin manipularlas. Los fenómenos se observan en su contexto natural, posteriormente se analizan y se observan situaciones ya existentes. Es decir, en este tipo de investigación, el investigador no posee control sobre las variables independientes, estas pueden haber sucedido previamente o estar en curso, sin ser propensas de manipulación (Vera et al., 2018).

Para este estudio el tipo de investigación se basa en el no experimental debido a que el objetivo principal es comprender, analizar, interpretar y describir fenómenos existentes en su contexto natural, sin manipular las variables.

Las investigaciones no experimentales se clasifican en transeccionales o transversales y longitudinales, considerando el factor tiempo (Hernández & Mendoza, 2018).

Los diseños longitudinales recopilan datos en diferentes periodos de tiempo para hacer deducciones respecto al cambio, las razones que lo provocan y sus consecuencias. Tales periodos por lo menos deben ser dos y se especifican previamente, aunque pueden irse ajustando conforme avanza el estudio. Analógicamente, es como tomar una secuencia de fotografías en el tiempo (Hernández et al., 2019).

Los diseños transeccionales o transversales obtienen datos en un único momento y en una única vez. Es como tomar una foto o una radiografía que luego se describe en la investigación (Arias et al., 2022).

El diseño que se utilizó en el presente estudio es el transeccional o transversal porque se recolectan datos en un solo tiempo.

Según Hernández y Mendoza (2018), los alcances que puede tener el enfoque cuantitativo son cuatro: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo.

Exploratorios: Investigaciones que son aplicadas a temas, fenómenos o problemas novedosos, de los cuales se tienen incertidumbre o que no se han tratado previamente (Hernández et al., 2019).

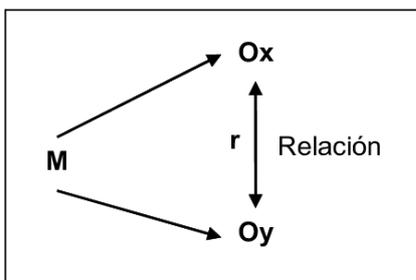
Descriptivos: Investigaciones para explicar las propiedades, características, situaciones y contextos (personas, grupos, especies, sociedades, acontecimientos, procedimientos, elementos, etcétera) (Hernández et al., 2019).

Correlacionales: Investigaciones cuya finalidad es profundizar en la forma en la que se asocian dos o más variables en un entorno en particular (Hernández et al., 2019).

Esquema:

Figura 3

Esquema del Diseño Correlacional



Donde:

M = Muestra

O_x = Calidad de servicio O_y = Satisfacción del cliente

r = Relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente

Explicativo: Investigaciones que se enfocan en establecer las causas de los eventos, fenómenos y problemas. Comúnmente, basado en el conocimiento de sus causas, se predice el comportamiento de las variables (Hernández et al., 2019).

Este estudio tiene alcance de tipo descriptivo porque permite recolectar, analizar y presentar datos de manera descriptiva y correlacional porque describe relaciones entre dos variables en un momento determinado.

La población o universo es el conjunto de individuos, elementos, casos, situaciones, etc., sobre los cuales el investigador pretende comprobar una hipótesis planteada. Este conjunto posee una o más características, propiedades, atributos que deben ser definidos en tiempo y espacio para que tenga un carácter incuestionable (Castro et al., 2020).

La población en estudio son todos los estudiantes de todas las carreras técnicas profesionales (Contabilidad, Administración de Empresas, Traducción de Idiomas, Computación e Informática) del Instituto Superior Tecnológico Privado Celendín.

Tabla 1*Población*

POBLACIÓN ESTUDIANTIL PERIODO 2022 - 1	
Alumnos ingresantes	66
Alumnos cursando	148
TOTAL	214

Nota. Esta tabla muestra el total de estudiantes. Elaboración propia, 2022.

La población está conformada por 214 estudiantes del Instituto Privado Celendín, en la tabla 1 se detalla los alumnos matriculados en el periodo 2022-1.

La muestra es una parte representativa de la población que es obtenida por el investigador. Es importante que la muestra sea representativa puesto que el investigador necesita que los resultados puedan inferirse a la población en general para lo cual debe ser elegida y definida por el procedimiento de muestreo adecuado (Castro et al., 2020).

Una distinción inicial entre las muestras consiste en clasificarlas en dos categorías: muestras probabilísticas y no probabilísticas (Vera et al., 2018).

El muestreo probabilístico se utiliza cuando se necesita que la muestra sea estadísticamente representativa del universo. En este muestreo todas las unidades o elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos; se obtienen al definir las características de la población, calcular el tamaño de la muestra y mediante el uso de una selección aleatoria de los individuos (Hernández et al., 2019).

En el muestreo no probabilístico la elección de las unidades no depende de la probabilidad ni de la estadística, sino de razones relacionadas con las características de la investigación, es decir, se elige unidades adecuadas para el estudio de acuerdo al planteamiento (Hernández et al., 2019).

La muestra en esta investigación es de tipo probabilística estratificada con fijación proporcional, debido a que los estratos poblacionales (N_h : tamaño de la población en relación con el estrato) serán de diferentes tamaños.

- Para determinar el tamaño de la muestra para una población finita se tuvo que aplicar la fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

n = tamaño muestra buscado

N = Total de la población (214)

Z_{α} = 1.96 (NC) nivel de confianza 95%

p = 0.50 proporcionalidad del evento de estudio

q = 0.50 complemento de P

e = 0.05 (5%) error de estimación máximo aceptado

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{214 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (214 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$
$$n = \frac{205.52}{1.4929}$$
$$n = 138$$

- Para calcular el muestreo estratificado aplicamos la siguiente fórmula:

$$f = \frac{n}{N}$$
$$f = \frac{138}{214} = 0.64$$

La muestra se distribuirá de la siguiente manera:

Tabla 2

Muestreo Probabilístico Estratificado

N° DE ESTUDIANTES POR CICLO			MUESTRA
Ciclo	F	N	
I	0.64	66	43
II	0.64	00	00
III	0.64	92	59
IV	0.64	00	00
V	0.64	56	36
VI	0.64	00	00
TOTAL		214	138

Nota. Número de estudiantes matriculados a encuestar por ciclo de acuerdo con el muestreo probabilístico estratificado. Elaboración propia, 2022.

La técnica de recolección de datos es un procedimiento utilizado para recabar información relevante destinada para una investigación específica. Existen varias técnicas de recolección de datos: entrevistas, encuestas, observaciones, experimentos, análisis de documentos y registros existentes. (Hadi et al., 2023).

Las encuestas son un método estandarizado de preguntas que se aplican a una muestra de personas. Pueden ser distribuidas personalmente, vía telefónica o en línea (Hadi et al., 2023).

Para la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta virtual de formato estructurado, ya que esto permitirá obtener información necesaria y básica para el desarrollo de la investigación.

Los instrumentos de investigación son recursos que se usan para registrar información de datos en un estudio, los cuales son: cuestionarios, entrevistas, observaciones, escalas de medida, entre otros (Hadi et al., 2023).

Un cuestionario es un conjunto de preguntas sucesivas y organizadas para ser formuladas a un grupo de individuos (Hadi et al., 2023).

En esta investigación utilizaremos dos instrumentos de evaluación, un cuestionario para la variable calidad de servicio basados en el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry y otro cuestionario para la satisfacción del cliente el cual está basado en la teoría de Satisfacción del cliente, propuesta por Kotler.

Para el recojo de la información las respuestas se basaron en una escala de Likert de 5 categorías, con la siguiente codificación:

Tabla 3*Escala de Medición de la Encuesta*

Escala	Respuesta
1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

Fuente: Elaboración propia, 2022

Para medir la encuesta utilizaremos el tipo de escala ordinal puesto que las variables son de carácter cualitativas lo que permite expresar con palabras una cualidad de naturaleza ordenable según el criterio de posición jerárquica.

La recolección de datos implica recoger y organizar datos relacionados sobre variables, involucradas en la investigación a través de la aplicación de instrumentos que deben ser precisos y probados. Es importante tener claro el contexto de la adquisición de datos, por ser la etapa operativa del diseño de investigación para lograr los objetivos planteados (Useche et al., 2019).

Es importante mencionar que esta investigación adaptó los cuestionarios de los autores Jhonny Manfredy Vigo Cancino y Joe Alexis González Vásquez (2020) para las dimensiones: Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en el contexto del IPC. Se elaboró una serie de afirmaciones, 25 ítems para medir la calidad de servicio y 26 ítems para la satisfacción del cliente (Anexo 4).

Posteriormente se desarrolló la encuesta en Google Forms. Para compartir el enlace se contactó a la encargada de la secretaría académica del instituto a través de la aplicación Whatsapp de IPC, para solicitarle apoyo en la difusión del enlace del cuestionario de la investigación en los grupos de WhatsApp de estudiantes de los ciclos I, III y V, ya que no existía alumnos matriculados en los ciclos II, IV y VI, por no aperturarse matrículas a mitad de cada año.

El concepto de validez en investigación se refiere a lo que se acerca a la precisión de los resultados obtenidos. Para establecer la validez, se deben analizar la presencia de sesgos en el diseño de investigación, los criterios de selección de la muestra y la manera de evaluar las variables de estudio (Villasís et al., 2018)

La confiabilidad es el grado de exactitud y coherencia en la medición de una variable en diferentes momentos, lo cual se obtiene de evaluar resultados similares al repetir un estudio (López et al., 2019).

Para verificar la validez y confiabilidad de los instrumentos de evaluación se tomó en cuenta que estas fueron evaluadas por expertos en el tema (Anexo 11).

Los instrumentos de investigación sobre la variable calidad de servicio a través de las dimensiones: Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía; y la variable satisfacción del cliente a través de las dimensiones rendimiento percibido, expectativas y niveles de satisfacción, fueron validadas por dos expertos de la Escuela de Posgrado, Unidad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Trujillo, con una

muestra significativa de 30 encuestados obteniendo el coeficiente Alpha de Cronbach para la variable calidad de servicio de 0,893 y para la variable satisfacción del cliente de 0,870.

Los cuales están cerca del valor 1 lo que implica que dichos instrumentos cumplen con los estándares para aplicar y obtener los resultados en la presente investigación.

En este estudio se utilizó la herramienta informática Microsoft Excel para poder determinar el grado de confiabilidad de la encuesta piloto aplicada a 21 alumnos del Instituto Privado Celendín. La prueba de confiabilidad de ambas variables el que se efectuó con un alfa de Cronbach presentó un resultado de 0,961 (Anexo 7), donde se aprecia que se tiene un grado alto de confiabilidad, mientras que en la variable independiente calidad de servicio con el alfa de Cronbach de 0,934 (Anexo 5), se observa que tiene un grado alto de confiabilidad y en la variable dependiente de satisfacción del cliente con el alfa de Cronbach de 0,917 (Anexo 6) se obtiene igualmente un grado alto de confiabilidad.

En cuanto a la encuesta final aplicada a 138 alumnos del Instituto Privado Celendín. La prueba de confiabilidad de ambas variables el que se efectuó con un alfa de Cronbach presentó un resultado de 0,977 donde se aprecia que se tiene un grado alto de confiabilidad, mientras que en la variable independiente calidad de servicio con el alfa de Cronbach de 0,968 se observa que tiene un grado alto de confiabilidad y en la variable dependiente de satisfacción del cliente con el alfa de Cronbach de 0,945 se obtiene igualmente un grado alto de confiabilidad.

Para el análisis de la información se utilizó el programa computacional Microsoft

Office Excel donde se tabularon los resultados con organizadores visuales (cuadros, listas, gráficos).

Los datos fueron procesados con la herramienta IBM SPSS Statistics versión 28, un software estadístico sofisticado para la captura y análisis de datos (tablas y gráficos).

Se empleó estadística descriptiva donde se describen los datos obtenidos para cada variable y se realizó una distribución de porcentajes en tablas para un mayor entendimiento de la información, luego se describió de forma precisa las variables analizadas haciendo ágil su interpretación. Además, se empleó un análisis estadístico inferencial y para contrastar si el conjunto de datos se ajusta o no a una distribución normal, se aplicó la prueba de Kolmogorov – Smirnov debido a que la muestra es mayor a 50. A continuación se comprobó las hipótesis planteadas aplicando el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman, donde puede variar de -1,00 a +1,00. El signo indica la dirección de la correlación (positiva o negativa).

En el presente trabajo de investigación, se respetarán aspectos éticos básicos como discrecionalidad, veracidad, neutralidad, confiabilidad, respeto de autoría intelectual utilizando las reglas de citación según APA, relaciones de equidad, así como realizar un análisis crítico para evitar cualquier riesgo y de llevar a cabo con éxito el presente estudio.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

En este capítulo se describen los resultados obtenidos del estudio utilizando las variables y dimensiones mencionadas en los apartados anteriores.

Análisis Descriptivo - Datos de Control

Tabla 4

Estudiantes Según su Género

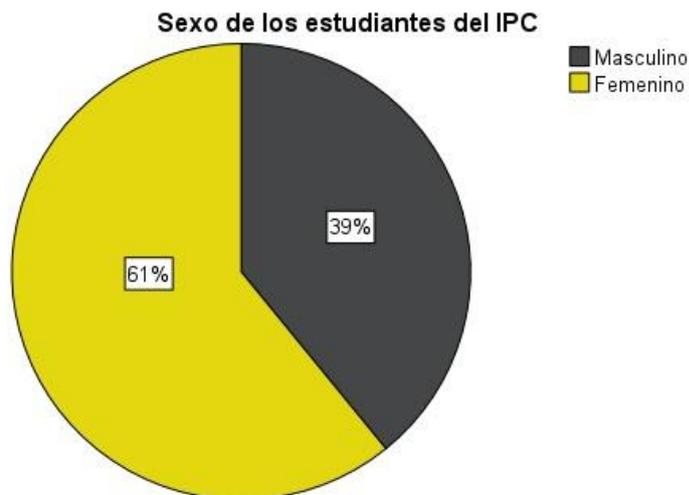
Sexo de los estudiantes del IPC

	N	%
Masculino	54	39.1%
Femenino	84	60.9%

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia.

Figura 4

Porcentaje de los Estudiantes del IPC Según su Género



Interpretación: En la figura 4 se observa que del total de estudiantes encuestados el 39% son del género masculino (54) y el 61% son del género femenino (84).

Tabla 5

Estudiantes Según su Rango de Edad

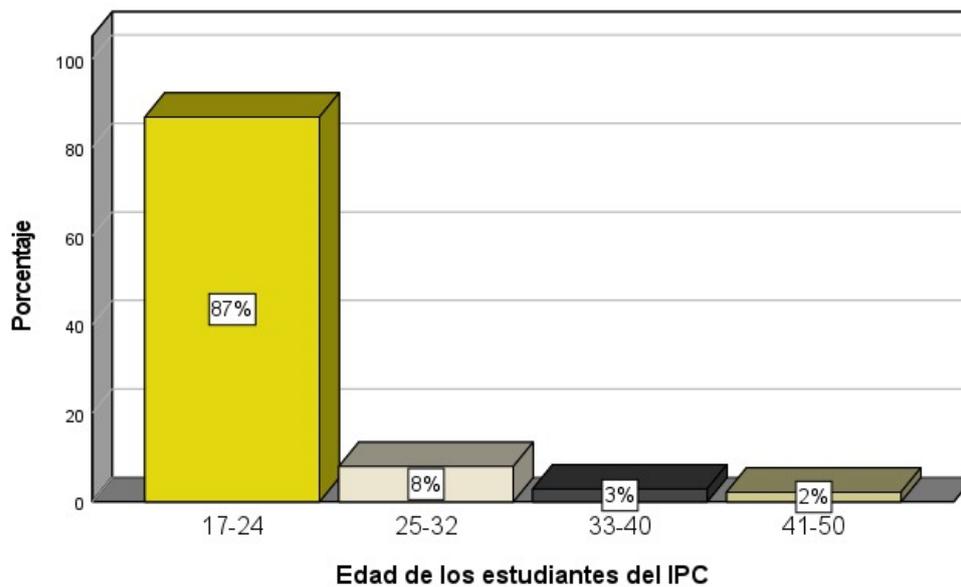
Edad de los estudiantes del IPC

	N	%
17-24	120	86.96%
25-32	11	8.0%
33-40	4	2.9%
41-50	3	2.2%

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia.

Figura 5

Porcentaje de los Estudiantes del IPC Según el Rango de Edad



Interpretación: En la figura 5 se observa que la mayor parte de los encuestados oscila entre los 17 a 24 años, representados por el 87% (130), seguido del 8% con un rango de edad de 25 a 32 años (11), de 33 a 40 años un 3% (4), y 2% (3) con un rango de edad de 41 a 51 años.

Tabla 6

Estudiantes Según su Ciclo Académico

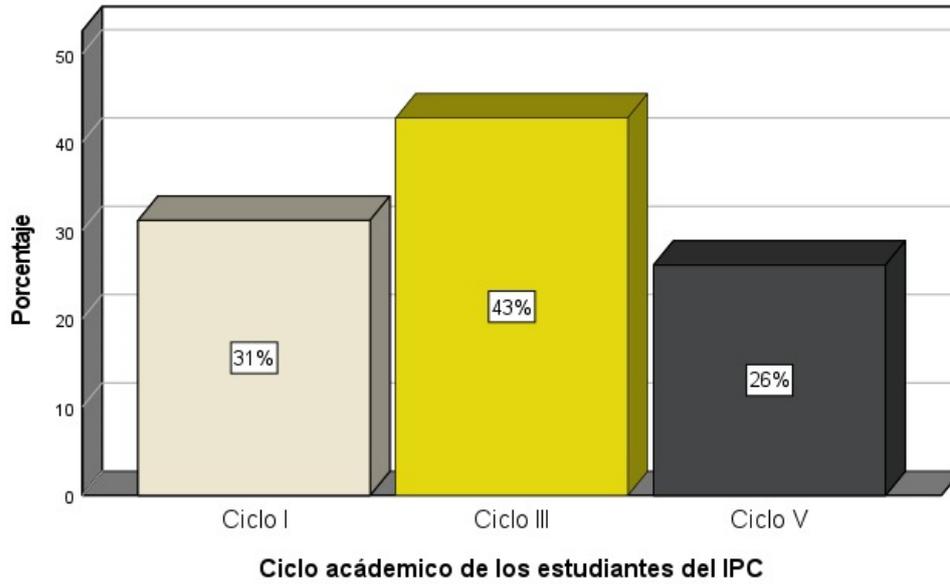
*Ciclo Académico de los Estudiantes
del IPC*

	N	%
Ciclo I	43	31.2%
Ciclo III	59	42.8%
Ciclo V	36	26.1%

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia.

Figura 6

Porcentaje de los Estudiantes del IPC Según su Ciclo Académico



Interpretación: En la figura 6 se observa que el ciclo I está representado por el 31% (43), el ciclo III por el 43% (59) y el ciclo V por el 26% (36).

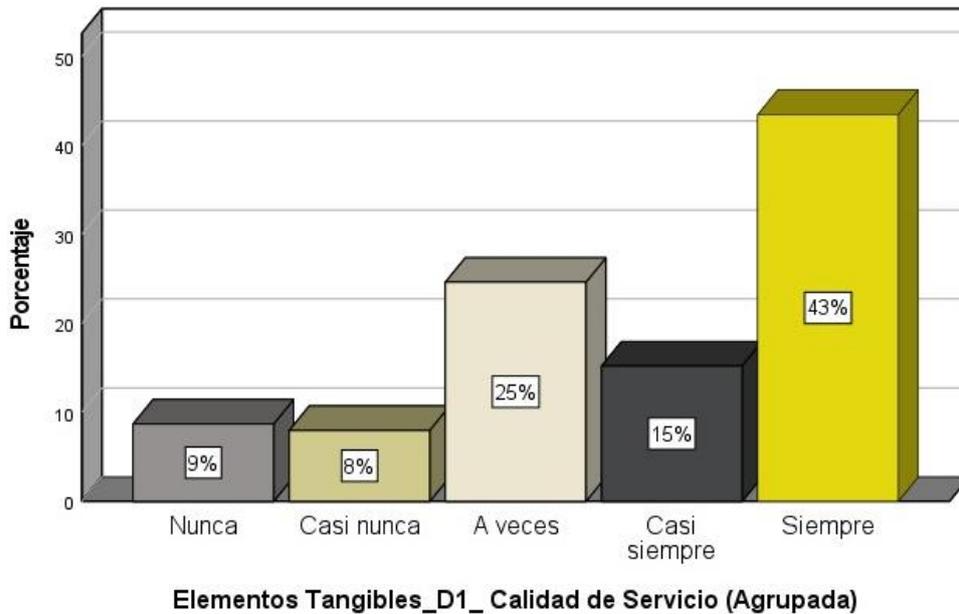
Distribución de Porcentajes por Dimensiones de la Variable Calidad de Servicio**Tabla 7***Distribución de Porcentajes de la Dimensión Elementos Tangibles**Elementos Tangibles_D1_ Calidad de Servicio*

	N	%
Nunca	12	8.7%
Casi nunca	11	8.0%
A veces	34	24.6%
Casi siempre	21	15.2%
Siempre	60	43.5%

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia.

Figura 7

Porcentaje de la Dimensión Elementos Tangibles



Interpretación: Según la figura 7, en lo que respecta a la dimensión Elementos Tangibles se obtuvo un resultado de 43% para la categoría siempre, un 15% en casi siempre, un 25% en a veces, un 8% en casi nunca y un 9% en nunca; por lo cual se deduce que la mayoría de los estudiantes respondieron que el IPC ofrece un nivel de calidad de servicio bueno y experimentan un nivel de satisfacción alto en cuanto a la infraestructura, medios de comunicación y apariencia del personal.

Tabla 8

Distribución de Porcentajes de la Dimensión Fiabilidad

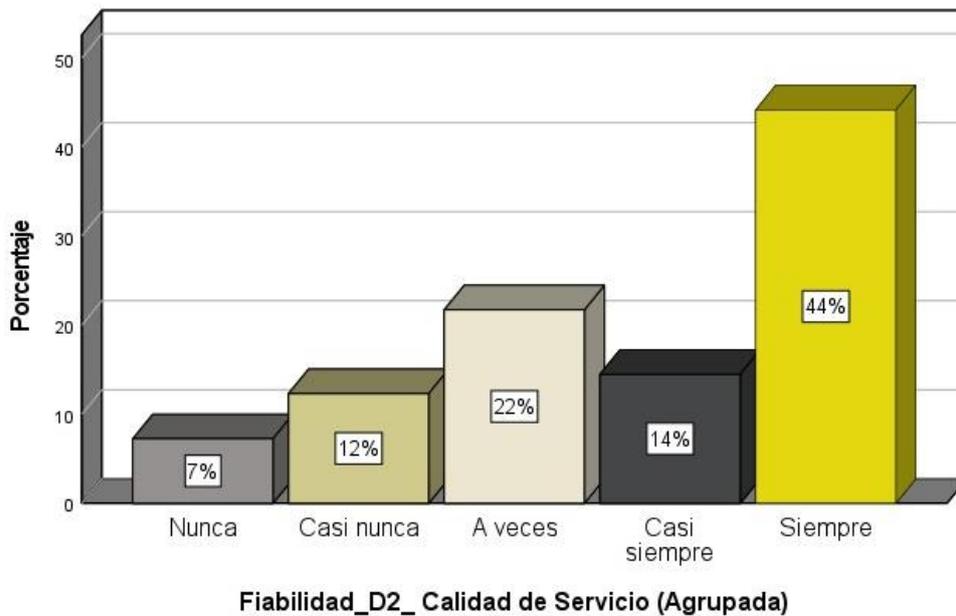
Fiabilidad_D2_ Calidad de Servicio

	N	%
Nunca	10	7.2%
Casi nunca	17	12.3%
A veces	30	21.7%
Casi siempre	20	14.5%
Siempre	61	44.2%

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia.

Figura 8

Porcentaje de la Dimensión Fiabilidad



Interpretación: Según la figura 8, en lo que respecta a la dimensión Fiabilidad se obtuvo un resultado de 44% para la categoría siempre, un 14% en casi siempre, un 22% en

a veces, un 12% en casi nunca y un 7% en nunca; por lo cual se deduce que la mayoría de los estudiantes respondieron que el IPC ofrece un nivel de calidad de servicio bueno y experimentan un nivel de satisfacción alto en cuanto al buen trato, cumplimiento de los servicios, información oportuna y atención a los reclamos.

Tabla 9

Distribución de Porcentajes de la Dimensión Capacidad de Respuesta

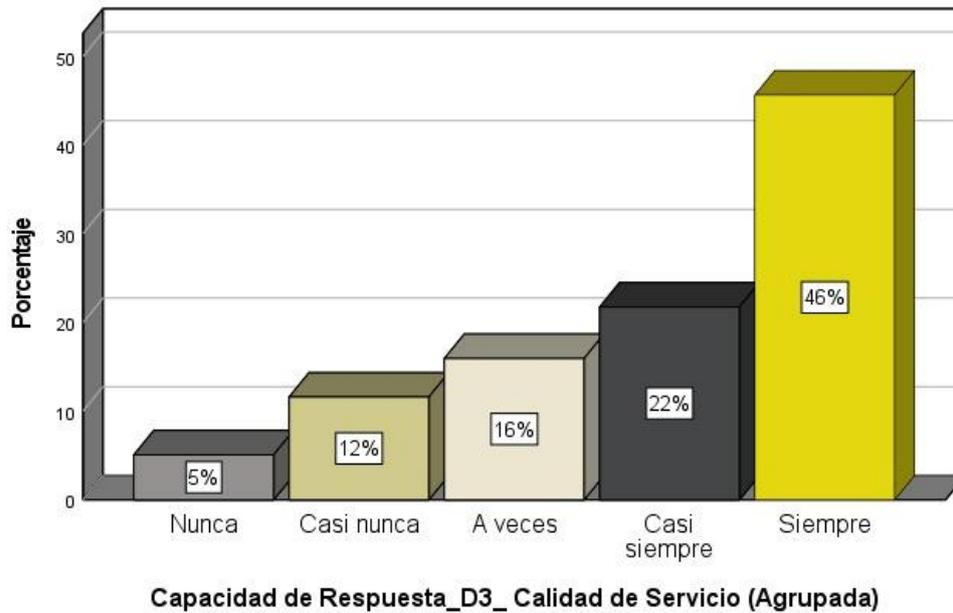
Capacidad de Respuesta_D3_ Calidad de Servicio

	N	%
Nunca	7	5.1%
Casi nunca	16	11.6%
A veces	22	15.9%
Casi siempre	30	21.7%
Siempre	63	45.7%

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia.

Figura 9

Porcentaje de la Dimensión Capacidad de Respuesta



Interpretación: Según la figura 9, en lo que respecta a la dimensión Capacidad de Respuesta se obtuvo un resultado de 46% para la categoría siempre, un 22% en casi siempre, un 16% en a veces, un 12% en casi nunca y un 5% en nunca. por lo cual se deduce que la mayoría de los estudiantes respondieron que el IPC ofrece un nivel de calidad de servicio bueno y experimentan un nivel de satisfacción alto en cuanto a la disposición, atención oportuna, rapidez en el servicio y expectativas satisfechas.

Tabla 10

Distribución de Porcentajes de la Dimensión Seguridad

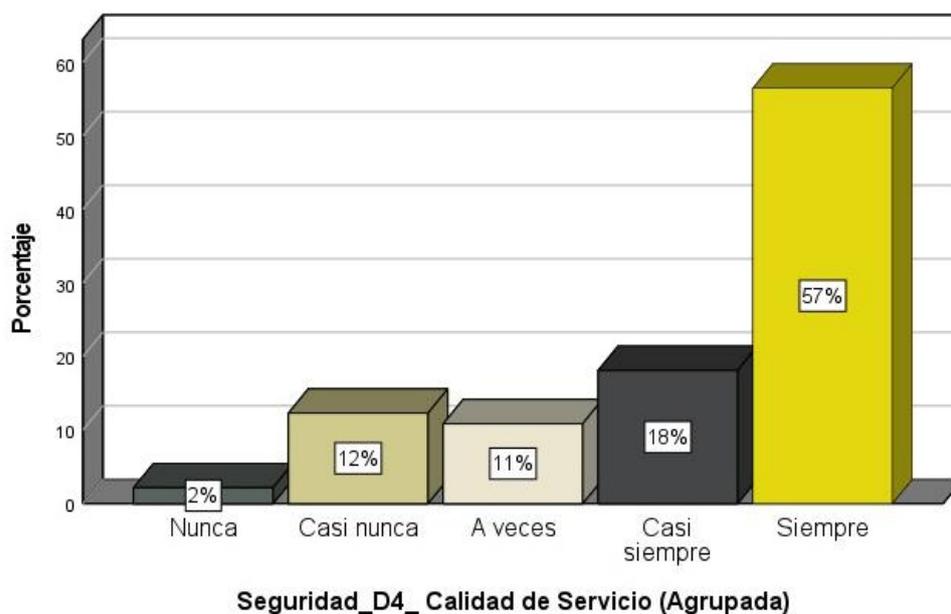
Seguridad_D4_ Calidad de Servicio

	N	%
Nunca	3	2.2%
Casi nunca	17	12.3%
A veces	15	10.9%
Casi siempre	25	18.1%
Siempre	78	56.5%

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia

Figura 10

Porcentaje de la Dimensión Seguridad



Interpretación: Según la figura 10, en lo que respecta a la dimensión Seguridad se obtuvo un resultado de 57% para la categoría siempre, un 18% en casi siempre, un 11% en

a veces, un 12% en casi nunca y un 2% en nunca; por lo cual se deduce que la mayoría de los estudiantes respondieron que el IPC ofrece un nivel de calidad de servicio bueno y experimentan un nivel de satisfacción alto en cuanto a la confianza, experiencia en atención, seguridad de la transacción y conocimientos de los procesos de atención.

Tabla 11

Distribución de Porcentajes de la Dimensión Empatía

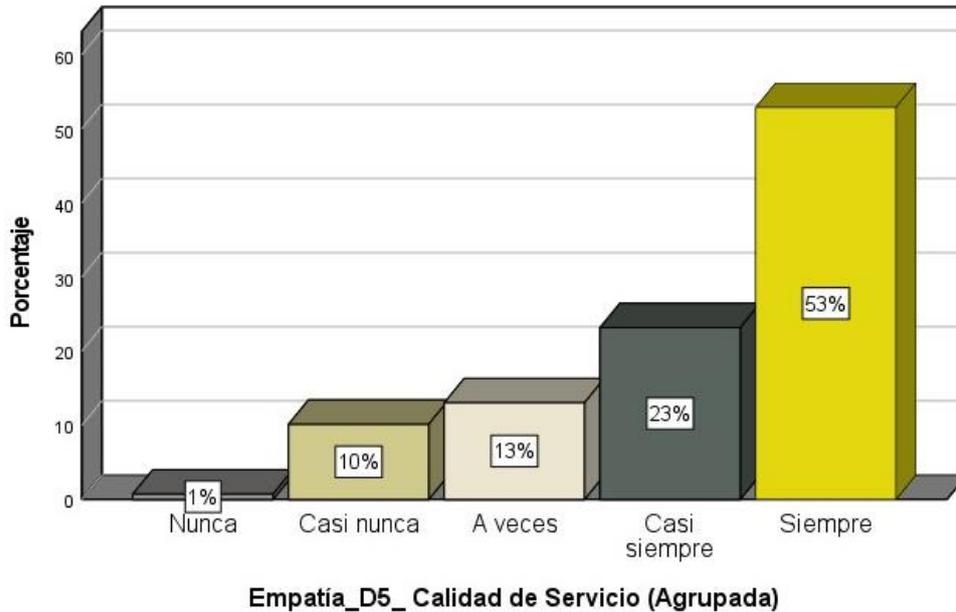
Empatía_D5_ Calidad de Servicio

	N	%
Nunca	1	0.7%
Casi nunca	14	10.1%
A veces	18	13.0%
Casi siempre	32	23.2%
Siempre	73	52.9%

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia

Figura 11

Porcentaje de la Dimensión Empatía.



Interpretación: Según la figura 11, en lo que respecta a la dimensión Empatía se obtuvo un resultado de 53% para la categoría siempre, un 23% en casi siempre, un 13% en a veces, un 10% en casi nunca y un 1% en nunca; por lo cual se deduce que la mayoría de los estudiantes respondieron que el IPC ofrece un nivel de calidad de servicio bueno y experimentan un nivel de satisfacción alto en cuanto a la comprensión al cliente, atención personalizada, preocupación sobre los intereses del cliente y cercanía con el cliente.

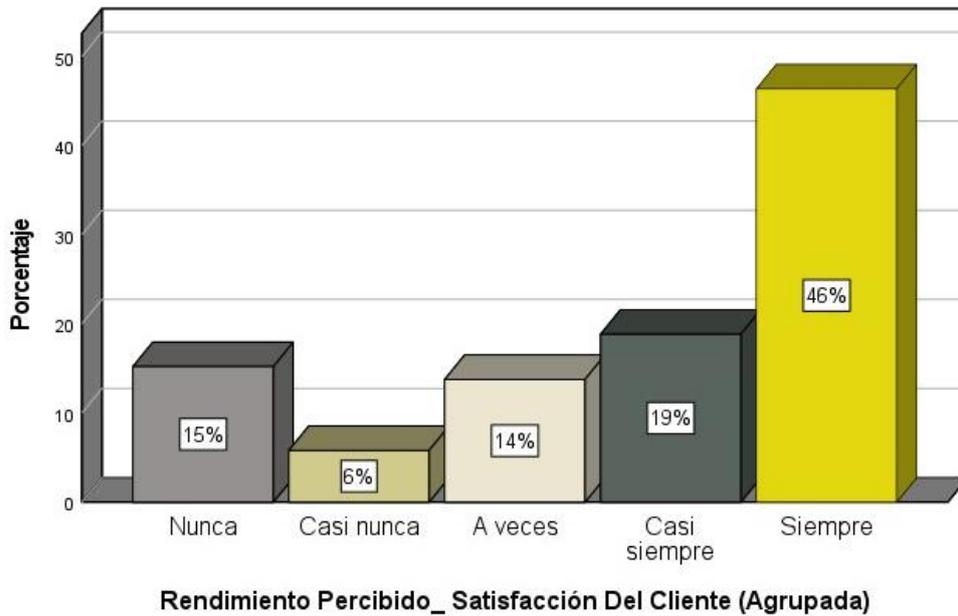
Distribución de Porcentajes por Dimensiones de la Variable Satisfacción del**Cliente****Tabla 12***Distribución de Porcentajes de la Dimensión Rendimiento Percibido**Rendimiento Percibido_ Satisfacción**Del Cliente*

	N	%
Nunca	21	15.2%
Casi nunca	8	5.8%
A veces	19	13.8%
Casi siempre	26	18.8%
Siempre	64	46.4%

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia

Figura 12

Porcentaje de la Dimensión Rendimiento Percibido.



Interpretación: Según la figura 12, en lo que respecta a la dimensión Rendimiento Percibido se obtuvo un resultado de 46% para la categoría siempre, un 19% en casi siempre, un 14% en a veces, un 6% en casi nunca y un 15% en nunca; por lo cual se deduce que la mayoría de los estudiantes del IPC experimentan un nivel de satisfacción alto en cuanto a la percepción del cliente y resultado del servicio.

Tabla 13

Distribución de Porcentajes de la Dimensión Expectativas

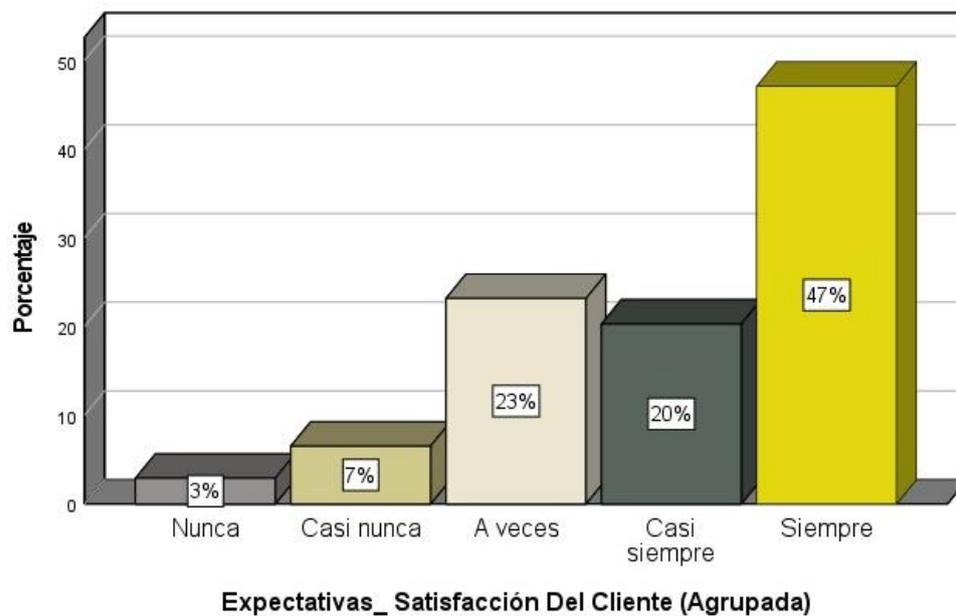
Expectativas_ Satisfacción Del Cliente

	N	%
Nunca	4	2.9%
Casi nunca	9	6.5%
A veces	32	23.2%
Casi siempre	28	20.3%
Siempre	65	47.1%

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia

Figura 13

Porcentaje de la Dimensión Expectativas



Interpretación: Según la figura 13, en lo que respecta a la dimensión Expectativas se obtuvo un resultado de 47% para la categoría siempre, un 20% en casi siempre, un 23%

en a veces, un 7% en casi nunca y un 3% en nunca; por lo cual se deduce que la mayoría de los estudiantes del IPC experimentan un nivel de satisfacción alto en cuanto a ofertas de la institución, publicidad, experiencia de visitas anteriores y opiniones de terceros, familiares y amigos.

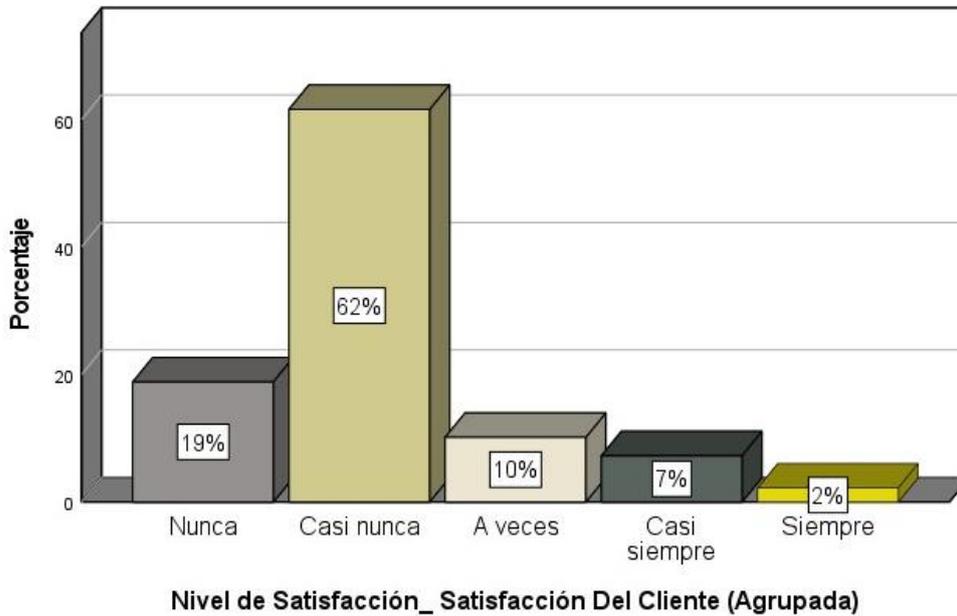
Tabla 14*Distribución de Porcentajes de la Dimensión Nivel de Satisfacción**Nivel de Satisfacción_ Satisfacción Del
Cliente (Agrupada)*

	N	%
Nunca	26	18.8%
Casi nunca	85	61.6%
A veces	14	10.1%
Casi siempre	10	7.2%
Siempre	3	2.2%

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia

Figura 14

Porcentaje de la Dimensión Nivel de Satisfacción



Interpretación: Según la figura 14, en lo que respecta a la dimensión Nivel de Satisfacción se obtuvo un resultado de 2% para la categoría siempre, un 7% en casi siempre, un 10% en a veces, un 62% en casi nunca y un 19% en nunca; por lo cual se deduce que la mayoría de los estudiantes del IPC experimentan un nivel de satisfacción complacido puesto que indicaron que casi nunca han sentido desagrado por el servicio ofrecido ni incomodidad por el comportamiento de algún colaborador.

Análisis Inferencial

Para calcular la prueba de normalidad, empleamos la prueba de Kolmogorov – Smirnov porque la muestra es mayor a 50 estudiantes.

Ho: La distribución de las variables Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente es paramétrica.

H1: La distribución de las variables Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente es no paramétrica.

Tabla 15

Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de Servicio	.170	138	<.001
Satisfacción del Cliente	.171	138	<.001

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia

Interpretación: En la tabla 15 se observa que las variables tanto Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente no cuenta con una distribución normal ya que la significancia es menor a 0.05; entonces las variables Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente son distintas a la distribución normal. Se rechaza la hipótesis nula, razón por las cual se aplicará la estadística no paramétrica.

Figura 15

Grado de relación según coeficiente de correlación Rho Spearman

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.1	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández & Mendoza, 2018.

Comprobación de Hipótesis Estadística General:

Objetivo Estadístico General: Determinar si existe relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

Hipótesis Estadística General:

H₀: No existe una relación directa entre la calidad de servicio con la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

H1: Existe una relación directa entre la calidad de servicio con la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

Tabla 16

Correlación de Rho Spearman de las Variables

Correlaciones

			Calidad de Servicio	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación	1.000	.851**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	138	138
	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	.851**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	138	138

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

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia

Interpretación: De acuerdo con la tabla 16 se aprecia que existe una correlación de Spearman $r = 0.851$; el cual representa una relación positiva muy fuerte y un nivel de significancia sig. = 0.001 menor al 0.05; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de estudio general en el sentido siguiente: existe una relación directa entre la calidad de servicio con la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

Comprobación de Hipótesis Estadísticas Específicas

1° Hipótesis Especifica

H₀: No existe una relación directa entre los elementos tangibles y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

H₁: Existe una relación directa entre los elementos tangibles y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

Tabla 17

Correlación de Rho Spearman de las Dimensión Elementos Tangibles

Correlaciones

		Elementos Tangibles_ D1_ Calidad de Servicio Satisfacción del Cliente		
Rho de Spearman	Elementos Tangibles_ D1_ Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación	1.000	.664**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	138	138
	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	.664**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	138	138

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

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia

Interpretación: De acuerdo con la tabla 17 se aprecia que existe una correlación de Spearman $r = 0.664$; el cual representa una relación positiva considerable y un nivel de significancia sig. = 0.001 menor al 0.05; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de estudio específica en el sentido siguiente: Existe una relación directa entre los elementos

tangibles y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

2° Hipótesis Especifica

Ho: No existe una relación directa entre la fiabilidad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

H1: Existe una relación directa entre la fiabilidad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

Tabla 18

Correlación de Rho Spearman de las Dimensión Fiabilidad

Correlaciones

		Fiabilidad_ D2_ Calidad de Servicio		Satisfacción del Cliente	
Rho de Spearman	Fiabilidad_ D2_ Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación	1.000	.722**	
		Sig. (bilateral)	.	<.001	
		N	138	138	
	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	.722**	1.000	
		Sig. (bilateral)	<.001	.	
		N	138	138	

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

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia

Interpretación: De acuerdo con la tabla 18 se aprecia que existe una correlación de Spearman $r = 0.722$; el cual representa una relación positiva considerable y un nivel de

significancia sig. = 0.001 menor al 0.05; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de estudio específica en el sentido siguiente: Existe una relación directa entre la fiabilidad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

3° Hipótesis Específica

Ho: No existe una relación directa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

H1: Existe una relación directa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

Tabla 19

Correlación de Rho Spearman de las Dimensión Capacidad de Respuesta

Correlaciones

		Capacidad de Respuesta_D3_Calidad de Servicio Satisfacción del Cliente		
Rho de Spearman	Capacidad de Respuesta_D3_Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1.000 .	.765** <.001
		N	138	138
	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.765** <.001	1.000 .
		N	138	138

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

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia

Interpretación: De acuerdo con la tabla 19 se aprecia que existe una correlación de Spearman $r = 0.765$; el cual representa una relación positiva muy fuerte y un nivel de significancia sig. = 0.001 menor al 0.05; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de estudio específica en el sentido siguiente: Existe una relación directa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

4° Hipótesis Específica

Ho: No existe una relación directa entre la seguridad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

H1: Existe una relación directa entre la seguridad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

Tabla 20

Correlación de Rho Spearman de las Dimensión Seguridad

Correlaciones

			Seguridad Calidad de Servicio	Satisfacción del Cliente
Rho de Spearman	Seguridad Calidad de Servicio	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1.000 .	.766** <.001
		N	138	138
	Satisfacción del Cliente	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	.766** <.001	1.000 .
		N	138	138

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

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia

Interpretación: De acuerdo con la tabla 20 se aprecia que existe una correlación de Spearman $r = 0.766$; el cual representa una relación positiva muy fuerte y un nivel de significancia sig. = 0.001 menor al 0.05; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de estudio específica en el sentido siguiente: Existe una relación directa entre la seguridad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

5° Hipótesis Específica

H₀: No existe una relación directa entre la empatía y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

H₁: Existe una relación directa entre la empatía y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

Tabla 21

Correlación de Rho Spearman de las Dimensión Empatía

		<i>Correlaciones</i>		
		Empatía_D5 _ Calidad de Servicio Satisfacción del Cliente		
Rho de Spearman	Empatía_D5_ Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación	1.000	.810**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	138	138
	Satisfacción del Cliente	Coeficiente de correlación	.810**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	138	138

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

Fuente: SPSS 28, Elaboración Propia

Interpretación: De acuerdo con la tabla 21 se aprecia que existe una correlación de Spearman $r = 0.810$; el cual representa una relación positiva muy fuerte y un nivel de significancia sig. = 0.001 menor al 0.05; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de estudio específica en el sentido siguiente: Existe una relación directa entre la empatía y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En este capítulo, presentaremos las implicancias, limitaciones y la discusión de resultados obtenidos con investigaciones de terceros.

Las implicancias prácticas se reflejan en las recomendaciones para que puedan realizar los directivos del Instituto Privado Celendín y en facilitar una estructura y un instrumento que puedan utilizar para mejorar continuamente la calidad de su educación; los resultados del estudio también pueden ayudar a diseñar un sistema de calidad por ende la alta dirección del instituto se beneficiará al reconocer las áreas críticas que necesitan recibir mayor atención para lograr una ventaja competitiva de tal manera que mejoren la satisfacción y la lealtad de los estudiantes.

La implicancia teórica de esta investigación es de ayuda para respaldar a futuras investigaciones que deseen profundizar en cuanto a las variables de calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes; además se demostró con los resultados la relación que existe entre las variables de este estudio, así como en sus diferentes dimensiones.

La implicancia social se relaciona con la atracción de más estudiantes, gracias a la reputación de la institución, a la provincia de Celendín debido a la alta calidad educativa, lo que traería un desarrollo económico y social de esta localidad. También impulsa la competencia entre instituciones de educación superior tecnológica en la búsqueda constante de la excelencia de sus servicios y procesos.

Las limitaciones encontradas en el presente estudio fueron las escasas investigaciones locales en cuanto al rubro educación superior y, además, de que ésta se limitó

únicamente a la observación de las variables en su contexto natural, no permitiendo implementar o modificar el comportamiento de la variable con cualquier medida.

La discusión de resultados, se realizaron por objetivos y se contrastaron con estudios previos.

En cuanto al objetivo general se afirma que existe relación positiva muy fuerte entre la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022, debido a que la mayoría de los estudiantes se sienten satisfechos e indican una alta calidad de servicio ofrecida por la institución ya que inspira confianza y seguridad para formarse como profesionales, credibilidad en docentes sobre la enseñanza que brindan, instalaciones seguras y equipos modernos para los alumnos, horarios adecuados de atención, atención personalizada y oportuna con buena actitud y predisposición a la hora de brindar un servicio.

Estos resultados guardan relación con los hallazgos de:

- Arce y Arana (2017) quien declara que existe una relación directa significativa entre la calidad de servicios académicos y la satisfacción educativa, en otros términos, cuando más alta sea la calidad de servicios académicos existirá más satisfacción educativa en los alumnos de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Peruana Unión – Filial Tarapoto, 2017. Se infiere que los colaboradores están enfocados en la alta participación de los estudiantes en el aula de clases, se involucran con la enseñanza de calidad y realizan retroalimentación constantemente. Esta universidad está

incorporando una cultura de educación de calidad contando con profesionales íntegros, misioneros e innovadores con un estilo de vida saludable, a la par vienen trabajando en el proceso de acreditación de las diferentes carreras profesionales, teniendo como base el modelo de acreditación al SINEACE.

- Ferreira (2017), manifestó que existe relación directa y significativa entre la calidad de los servicios educativos y la satisfacción, es decir en cuanto a mayor percepción de la calidad mayor será la experiencia de satisfacción en los estudiantes extranjeros, en razón de que, en opinión del estudiante, el personal de la institución tiene apariencia limpia y alineada y los elementos materiales son visualmente atractivos, también indicaron las competencias que tiene la universidad al brindar el servicio, la cortesía con los estudiantes y la seguridad de sus operaciones, además la institución se coloca en el lugar de los estudiantes y comprende las necesidades de estos. Todo ello gracias a que está avalada por la Asociación de Acreditación Adventista a la que pertenece, transmitiendo no solo conocimiento académico, sino que además promueve el desarrollo equilibrado e integral de las personas – espiritual, intelectual, físico y social. Asimismo, fue licenciada por el gobierno peruano y cuenta con carreras acreditadas por el SINEACE.
- Moran (2018), declaró que existe una correlación significativa directa y alta entre las variables calidad de servicio y satisfacción del estudiante en la Universidad Autónoma del Perú, en vista de que el personal académico y administrativo inspira confianza en los estudiantes, interés al resolver sus problemas, y un trato personalizado, los docentes cuentan con conocimientos

y dominio de temas, de esta manera el estudiante se siente seguro y a gusto con la universidad porque se esmera en cumplir lo que promete. A pesar de que en el año 2017 fue afectada directamente su credibilidad, imagen y la percepción de su calidad, recibiendo multas de Sunedu e Indecopi, la universidad fue superando el mal concepto que tenían sus estudiantes a través de campañas de marketing para contrarrestar este problema y a su licenciamiento institucional.

- Pecina (2019) sostiene que existe una correlación significativa y positiva entre las variables calidad del servicio educativo y satisfacción académica de la Licenciatura en Enfermería. En cuanto a la calidad educativa los aspectos más sobresalientes fueron la organización de la enseñanza, las competencias y el comportamiento del docente. Respecto a la satisfacción académica los alumnos se encuentran satisfechos con los servicios de infraestructura, el servicio de cómputo, desempeño docente y las actividades académicas.

En lo que respecta al primer objetivo específico, la relación entre Elementos Tangibles y la Satisfacción de los Estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022, en este estudio se encontró que existe una relación positiva considerable. Los estudiantes valoran elementos como las instalaciones del instituto, el cual cuenta con un adecuado aspecto y limpieza; equipos modernos; medios de comunicación adecuados y apariencia de pulcritud y formalidad del personal lo cual aumenta su valor profesional.

Estos resultados guardan relación con los hallazgos de:

- Ferreira (2017) afirma que existe relación directa y significativa entre los Elementos Tangibles y la Satisfacción del estudiante extranjero, lo que significa que, todos los tangibles que tiene la universidad son coherentes con el servicio ofrecido como: ambientes de estudio, la biblioteca, materiales y la apariencia del personal de contacto.
- Moran (2018) identificó una relación significativa directa y moderada entre la dimensión elementos tangibles y la satisfacción en los estudiantes de la Universidad Autónoma del Perú, a razón de que las aulas y laboratorios son modernas de acuerdo a la especialidad, los ambientes para la enseñanza y el bienestar universitario cumplen con las normas de Sunedu, la presentación del personal académico es buena y adecuada, los materiales (plan de estudio, matrícula, sílabos, formatos, entre otros) son visualmente atractivos y competitivos.

En lo que respecta al segundo objetivo específico, la relación entre Fiabilidad y la Satisfacción de los Estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022, en este estudio se encontró que existe una relación positiva considerable. Los estudiantes consideran que los colaboradores del instituto son capaces de solucionar los problemas presentados demostrando sincero interés y en un tiempo oportuno, el instituto cuando promete algo lo hace y los colaboradores se esmeran en cumplir los servicios que ofrecen.

Estos resultados guardan relación con los hallazgos de:

- Ferreira (2017) afirma que existe relación directa y significativa entre la Fiabilidad y la Satisfacción del estudiante extranjero, lo que significa que esta relación tiene que ver con la consistencia y la fiabilidad del desempeño de los servicios brindados por la universidad como: cumplimiento de promesas, presentación de facturas exactas a sus clientes, llevar registros precisos y desempeñar el servicio correctamente desde la primera vez.
- Moran (2018) identificó una relación significativa directa y alta entre la fiabilidad y la satisfacción en los estudiantes de la Universidad Autónoma del Perú, en virtud de que la universidad cumple sus promesas en tiempo determinado, muestra un sincero interés por resolver inquietudes que presenten los estudiantes, desarrolla de forma correcta estrategias y enseñanza – aprendizaje, proporciona servicios extracurriculares y mantiene informados a los estudiantes sobre el calendario académico.

En lo que respecta al tercer objetivo específico, la relación entre Capacidad de Respuesta y la Satisfacción de los Estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022, en este estudio se encontró que existe una relación positiva muy fuerte. Los estudiantes consideran que los colaboradores brindan un servicio rápido, oportuno y con disposición a la hora de ofrecer un servicio mostrando buena actitud y cumpliendo con sus expectativas.

Estos resultados guardan relación con los hallazgos de:

- Ferreira (2017) afirma que existe relación directa y significativa entre la Capacidad de Respuesta y la Satisfacción del estudiante extranjero; esta dimensión se relaciona al compromiso que tiene la universidad para brindar sus servicios a la hora señalada y a la voluntad o disposición de sus empleados a prestar este servicio.
- Moran (2018) identificó una relación significativa directa y moderada entre la capacidad de respuesta y la satisfacción en los estudiantes de la Universidad Autónoma del Perú, porque brinda un servicio universitario con prontitud, docentes con disposición de tiempo al momento de ayudar al alumnado y personal de la biblioteca disponible para proporcionar material bibliográfico.

En lo que respecta al cuarto objetivo específico, la relación entre Seguridad y la Satisfacción de los Estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022, en este estudio se encontró que existe una relación positiva muy fuerte. Los estudiantes consideran que el instituto le genera confianza para formarse como profesionales, que el comportamiento de los colaboradores y docentes transmite seguridad en la realización de sus funciones y generan credibilidad y que las instalaciones del instituto son seguras.

- Ferreira (2017) afirma que existe relación directa y significativa entre la Seguridad y la Satisfacción del estudiante extranjero, esto tiene que ver con las competencias que tiene la universidad al ofrecer el servicio, la cortesía con los estudiantes y la seguridad de sus operaciones.

- Moran (2018) identificó una relación significativa directa y alta entre la proyección de seguridad y la satisfacción en los estudiantes de la Universidad Autónoma del Perú, gracias a que el comportamiento del personal académico inspira confianza, al realizar procesos de matrícula los estudiantes se sienten seguros, el personal administrativo siempre tiene un trato de cortesía y los docentes cuentan con conocimiento y dominio de los temas para asesorar y responder preguntas de los estudiantes.

En lo que respecta al quinto objetivo específico, la relación entre Empatía y la variable Satisfacción de los Estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022, en este estudio se encontró que existe una relación positiva muy fuerte. Los estudiantes consideran que los horarios de atención son accesibles y adecuados, que se brinda una atención y seguimiento personalizado cuando se detecta inasistencias y que los colaboradores comprenden el servicio que requieren los estudiantes, buscando lo mejor para sus intereses.

Estos resultados guardan relación con los hallazgos de:

- Ferreira (2017) afirma que existe relación directa y significativa entre la Empatía y la Satisfacción del estudiante extranjero. La universidad se coloca en el lugar del estudiante, de no olvidar lo que se siente ser estudiante y entender las necesidades de estos y procuran que sus servicios sean accesibles brindando horarios adecuados, actividades convenientes y atención personalizada.

- Moran (2018) identificó una relación significativa directa y moderada entre la actitud empática y la satisfacción en los estudiantes de la Universidad Autónoma del Perú, esto se debe a que cuenta con personal administrativo que brinda atención individualizada, horarios de clase convenientes, constante preocupación por cuidar y elevar la calidad de formación académica y el personal comprende las necesidades de los estudiantes.

A continuación, presentamos las conclusiones de este estudio:

En primer lugar, se determina que existe una correlación positiva muy fuerte entre las variables estudiadas, debido a que se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman $r = 0.851$. Este hallazgo nos permite afirmar que a mayor calidad del servicio que se preste, mayor será la satisfacción de los estudiantes, además nos permitió conocer que existe una satisfacción alta entre ellos dado que la calidad de servicio ofrecida por la institución es muy buena.

En segundo lugar, se determina que la dimensión Elementos Tangibles tiene una relación positiva considerable con la variable Satisfacción de los Estudiantes, debido a que tiene un coeficiente de correlación de Spearman $r = 0.664$. Los estudiantes valoran elementos como la infraestructura del instituto, el cual cuenta con un adecuado aspecto y limpieza y respecto a la apariencia del personal, éstos demuestran pulcritud lo cual aumenta su valor personal y profesional.

En tercer lugar, se determina que la dimensión Fiabilidad tiene una relación positiva considerable con la variable Satisfacción de los Estudiantes, debido a que tiene un

coeficiente de correlación de Spearman $r = 0.722$. Los estudiantes aprecian el interés sincero de parte de los colaboradores para ayudarles cuando muestran alguna inquietud o inconveniente sobre los servicios prestados, además de si cumplen con lo prometido de manera oportuna y eficaz, lo que conlleva a que depositen su confianza en el instituto.

En cuarto lugar, se determina que la dimensión Capacidad de Respuesta tiene una relación positiva muy fuerte con la variable Satisfacción de los Estudiantes, debido a que tiene un coeficiente de correlación de Spearman $r = 0.765$. Los estudiantes califican como importante una actitud de cortesía por parte de los colaboradores al momento de atender sus requerimientos, así mismo de una respuesta con prontitud, lo cual sin duda generará mayor lealtad y confianza en ellos.

En quinto lugar, se determina que la dimensión Seguridad tiene una relación positiva muy fuerte con la variable Satisfacción de los Estudiantes, debido a que tiene un coeficiente de correlación de Spearman $r = 0.766$. Los estudiantes consideran que los servicios ofrecidos, el comportamiento y conocimiento suficiente por parte de los colaboradores infunden en ellos credibilidad, confianza y la garantía de una educación de buena calidad y de haber elegido un buen centro educativo.

En sexto lugar, se determina que la dimensión Empatía tiene una relación positiva muy fuerte con la variable Satisfacción de los Estudiantes, debido a que tiene un coeficiente de correlación de Spearman $r = 0.810$. Los estudiantes acreditan la atención personalizada en sus servicios, y a la vez, que los colaboradores se preocupen y comprendan sus

necesidades haciéndoles sentir únicos y especiales; lo cual permite establecer interacciones personales positivas.

A partir de los resultados y las conclusiones halladas en esta investigación se sugiere algunas recomendaciones para la empresa:

- Evaluar la satisfacción del servicio en los estudiantes de manera continua a través de encuestas al finalizar cada ciclo académico y focus groups para conocer su percepción, de esa manera corregir debilidades y aprovechar oportunidades, también ayudará a la toma de decisiones basada en información concreta para definir un rumbo estratégico organizacional al cual se dirige la empresa.

- Implementar un buzón de quejas y sugerencia con la opción de mantener el anonimato si lo desean, en la página web del IPC como herramienta de escucha activa para el área de atención a los estudiantes y colaboradores, quienes haciendo uso de ella se sentirán valorados y parte de la estructura de la institución, con la finalidad de generar ideas de mejora y propuestas de soluciones entre los directivos.

- Realizar capacitaciones constantes a todos los colaboradores de la institución sobre la importancia de brindar una alta calidad del servicio incluyendo temas como: atención centrada en el cliente/estudiante, técnicas de comunicación efectiva, gestión de quejas, normas y especificaciones de calidad. Lo cual influirá de manera positiva en la satisfacción y un mejor entendimiento de los requerimientos y necesidades de los estudiantes.

- Implementar normas de calidad y políticas de atención al cliente, alineada a los valores corporativos (protocolo empresarial, de atención telefónica y de atención ante crisis o eventualidades) con una guía detallada donde se describe múltiples escenarios que pueden ocurrir durante la interacción con un cliente. Este protocolo de servicio al estudiante ayudará a los colaboradores del instituto a identificar posibles contratiempos y abordarlos de inmediato lo cual garantizará una comunicación oportuna y certera.

- La creación de un plan de relaciones públicas con estrategias innovadoras que permitan proyectar de forma más clara y eficiente la identidad del instituto como empresa para generar confianza y seguridad cuidando la imagen corporativa.

- Implementar la ISO 9001 ya que contiene procedimientos establecidos y estandarizados que permitiría al instituto demostrar la calidad de sus servicios lo cual sería una ventaja competitiva, proporcionar confianza en los estudiantes y en la sociedad, optimizar recursos, aumentar la satisfacción de los estudiantes y mejorar la toma de decisiones.

Referencias

- Amaro, C. (2021). Calidad de Servicio Educativo y Satisfacción del Estudiante en Instituciones Educativas Públicas de la Ugel 06, Ate – 2021. Repositorio Autónoma. Recuperado de:
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1766/Amaro%20Guzman%2c%20Carlos%20Joel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arce, A. & Arana, M. (2017). Relación entre la calidad de servicios académicos y la satisfacción en los estudiantes de la universidad peruana unión filial. Universidad Peruana Unión. Recuperado de:
<https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/riu/article/view/1072>
- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T. & Vasquez, M. (2022). Metodología de la investigación: El método ARIAS para realizar un proyecto de tesis. (1ª ed.) Puno, Perú. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.
- Arroyave, J. & Hurtado, O. (2019). Calidad del servicio educativo en una institución de educación superior-IES privada de la ciudad de Pereira (Colombia). Empresarial. Recuperado de: <https://doi.org/10.23878/empr.v13i1.149>
- Asnawi N. & Nina D. (2020). Perceived service quality in indonesian islamic higher education context: A test of islamic higher education service quality (i-HESQUAL) model. Journal of International Education in Business. Recuperado de:
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/perceived-service-quality-indonesian-islamic/docview/2388710851/se-2?accountid=36937>

- Barragán, C., García, J. & Medina, N. (2021). Análisis de la Calidad del Servicio en IES a través del Modelo SERVQUAL. *Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/journal/6379/637969396001/html/>
- Bernal, J., Lauretti, P., & Agreda, M. (2016). Satisfacción académica en estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Universidad del Zulia. *Multiciencias*. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90453464009>
- Bernate, J., Guataquira A. Romero E. & Reyes P. (2020). Satisfacción de la Calidad Educativa en Educación Superior. *Revistas UEES*. Recuperado de:
<https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/466/461>
- Borishade, T., Ogunnaike, O., Salau, O., Motilewa, B. & Dirisu, J. (2021). Assessing the relationship among service quality, student satisfaction and loyalty: the NIGERIAN higher education experience. *Heliyon*. Recuperado de:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844021016935>
- Buelvas, V. & Rodríguez, U. (2021). *Manual del tesista*. (1ªed). Bogotá, Colombia. Camara Colombiana Del Libro.
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F. & Tello, M. (2019). *Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual*. ResearchGate. Recuperado de:
<https://www.researchgate.net/publication/340903187>

- Cañón, A. & Rubio, D. (2018). Importancia de la utilización del modelo SERVQUAL a partir de una revisión sistemática de la literatura en el periodo 2010-2016. Red de Repositorios Latinoamericanos. Recuperado de:
<https://repositorio.fucsalud.edu.co/handle/001/669>
- Castro A., Parra, E. & Arango, I. (2020). Glosario para metodología de la investigación. Working Paper ESACE No.8. Recuperado de:
https://www.academia.edu/42690702/Glosario_para_metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n
- Centurion, L. (2019). Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en La Pollería Carozos Chicken en la Ciudad Cajamarca del 2019. Repositorio UPN. Recuperado de:
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/29717>
- Chan, F., Fu, M. & Zhang, J. (2018). Determinants of loyalty to public transit: A model integrating Satisfaction-Loyalty Theory and Expectation-Confirmation Theory Transportation Research. Recuperado de:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0965856417312570>
- Chiva, I., Ramos, G. & Moral, A. (2017). Análisis de la satisfacción de los estudiantes del grado de Pedagogía de la Universitat de València. Revista Complutense de Educación. Recuperado de: https://doi.org/10.5209/rev_RCED.2017.v28.n3.49831
- Chugnas, A. & Núñez, R. (2018). Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente del complejo baños del inca – Cajamarca. Repositorio UPAGU. Recuperado de: <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/842>

Contreras, E. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del cliente de Interbank Próceres

630 San Juan de Lurigancho, 2018. Repositorio UCV. Recuperado de:

<https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19878/CO>

[NTRERAS_CEJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19878/CO/NTRERAS_CEJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Costa, F., Souza, M., & Faria R. (2018). Dropout and retention of undergraduate students

in management: a study at a Brazilian Federal University. *Revista de Gestão*

RAUSP. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.rauspm.2017.12.007>

Cruz, A., Orduña, M. & Álvarez, J. (2018). Evolución del concepto de calidad y los

modelos de medición de calidad en el servicio (Evolution of the concept of quality

and service quality measurement models). *Revista Innovaciones de Negocios*.

Recuperado de: <https://doi.org/10.29105/rinn15.30-7>

Decreto Supremo N.º 012-2020-MINEDU. Política Nacional de Educación Superior y

Técnico-Productiva. (2020). Recuperado de:

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1481464/Pol%C3%ADtica%20Naci](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1481464/Pol%C3%ADtica%20Nacional%20de%20Educaci%C3%B3n%20Superior%20y%20T%C3%A9cnico-Productiva.pdf)

[onal%20de%20Educaci%C3%B3n%20Superior%20y%20T%C3%A9cnico-](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1481464/Pol%C3%ADtica%20Nacional%20de%20Educaci%C3%B3n%20Superior%20y%20T%C3%A9cnico-Productiva.pdf)

[Productiva.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1481464/Pol%C3%ADtica%20Nacional%20de%20Educaci%C3%B3n%20Superior%20y%20T%C3%A9cnico-Productiva.pdf)

del cliente — Directrices para el seguimiento y la medición. (ISO 10004:2018).

Recuperado de:

[https://cdn.standards.iteh.ai/samples/71582/0727aecff6364eae99857a7ce8bbc0ba/I](https://cdn.standards.iteh.ai/samples/71582/0727aecff6364eae99857a7ce8bbc0ba/ISO-10004-2018.pdf)

[SO-10004-2018.pdf](https://cdn.standards.iteh.ai/samples/71582/0727aecff6364eae99857a7ce8bbc0ba/ISO-10004-2018.pdf)

Duque, E. & Gómez, Y. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio: Una mirada desde la educación superior. *Suma de Negocios*. Recuperado de: [https://doi.org/10.1016/s2215-910x\(14\)70040-0](https://doi.org/10.1016/s2215-910x(14)70040-0)

El Comercio (14 de noviembre 2018). El 60% de jóvenes peruanos que abandonan sus estudios se dedican a trabajar. *Diario el Comercio Perú*. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/60-jovenes-peruanos-abandonan-estudios-dedican-noticia-577501-noticia/?ref=ecr>

Febres, R. & Mercado, M. (2020). Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo – Perú. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*.
<http://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v20i3.3123>

Fernández, G. (2018). Calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad Provincial de Chota. *Repositorio UCV*.
Recuperado de:
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28916/fernandez_rg.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fernández, R. & Torres, M. (2019). Percepción de la Calidad del Servicio y Satisfacción de los Estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico “Hno. Victorino Elorz Goicoechea”. Cajamarca, 2019. *Dialnet*. Recuperado de:
http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1244/TESIS%20FINAL_Fernandez%20y%20Torres%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Ferreira, A. (2017). La calidad de los servicios educativos y la satisfacción del estudiante extranjero de la Universidad Peruana Unión, Lima, 2017. Repositorio Institucional UPeU. Recuperado de: <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/1579>
- Freire, X. (2017). La Universidad Latinoamericana y el Ranking de calidad a nivel mundial. Revista Publicando. Recuerdo de: https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/429/pdf_278
- Gabriel, J. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. Journal of the Selva Andina Research Society. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2072-92942017000200008
- Ganbold, B., Park, K. & Hong, J. (2023). Study of educational service quality in mongolian universities. Sustainability. Recuperado de: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/study-educational-service-quality-mongolian/docview/2761219724/se-2>. doi: <https://doi.org/10.3390/su15010580>.
- Gazi, A., Rahaman, A., Hossain, A., Ali, J. & Mamoon, Z. (2021). An Empirical Study of Determinants of Customer Satisfaction of Banking Sector: Evidence from Bangladesh. Journal of Asian Finance, Economics and Business. Recuperado de: <https://koreascience.kr/article/JAKO202104142217610.pdf>
- Güere, C. & Yangali, J. (2022). Calidad de servicio percibido y satisfacción del cliente en Caja Municipal de Sullana. Innova Research Jurnal. Recuperado de: <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/2215/2060>

- Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rojas, C. & Arias, J. (2023). Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis. (1ªed). Puno, Perú. Editorial Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C
- Hama, J., Bawais, T., Sagsan, M. & Ertugan, A. (2020). El impacto de la calidad del servicio en la satisfacción de los estudiantes y el personal académico dentro de las instituciones de educación superior: un estudio de caso de la ciudad de sulaimani en el norte de Irak. Revista Argentina de Clínica Psicológica. Recuperado de:
<https://www.revistaclinicapsicologica.com/data-cms/articles/20201030093806amSSCI-286.pdf>
- Hernández R., Fernández C., Baptista P. (2014). Metodología de la Investigación. (6ªed). Naucalpan de Juárez, México. McGRAW - HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO, S.A. de C.V.
- Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Soledad, B., Quimis, A. & Moreno, L. (2018). Metodología de la investigación científica. (1ªed). Alcoy, España. Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L. Recuperado de:
<http://dx.doi.org/10.17993/CcyLI.2018.15>
- Hernández, C., Prieto, A. & Hernández, C. (2017). Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado. Reflexiones teóricas. Impacto Científico. Recuperado de:
<https://biblat.unam.mx/hevila/Impactocientifico/2017/vol12/no2/8.pdf>

Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. (1ªed). Ciudad de México, México. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Hernández, R., Mendoza, P., Méndez, S. & Cuevas, A. (2019). Metodología de la Investigación para bachillerato. (2ªed). Ciudad de México, México. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/429/pdf_278

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (7ª Edición). Pearson.

Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J., y Baloglu, S. (2017). Marketing for hospitality and tourism. (7ma ed.). Pearson Education.

León, K. & Saldaña S. (2021). Calidad del Servicio y su Relación con la Satisfacción del Cliente en la Empresa Rock'os Café - Cajamarca 2021. Repositorio UPAGU.

Recuperado de:

<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1938/TESIS%20-%20Leon%20Pastor%2c%20Salda%c3%b1a%20Durand%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ley de Institutos y Escuelas de la Educación Superior y de la Carrera Pública de sus Docentes. (2 de noviembre de 2016). Normas Legales, N° 30512, Diario Oficial El Peruano. Recuperado de: <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/ley-de-institutos-y-escuelas-de-educacion-superior-y-de-la-c-ley-n-30512-1448564-1>

Lizano, E., & Villegas, A. (2019). La satisfacción del cliente como indicador de calidad.

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. Recuperado de:

<http://hdl.handle.net/10757/628122>

López, R., Avello, R., Palmero, D., Sánchez, S. & Quintana, M. (2019). Validación de instrumentos como garantía de la credibilidad en las investigaciones científicas.

Revista Cubana de Medicina Militar. Recuperado de:

<https://revmedmilitar.sld.cu/index.php/mil/article/view/390/331>

Lumba, R. & Medina, J. (2021). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes EZAPE - LAJAS EIRL, Chota – 2021. Repositorio

UNACH. Recuperado de:

<https://repositorio.unach.edu.pe/handle/20.500.14142/320>

Ministerio de Educación. (2003). Ley General de Educación LEY N° 28044. Recuperado

de: http://www.minedu.gob.pe/p/ley_general_de_educacion_28044.pdf

Mirelez, M. & García, J. (2022). Satisfacción Estudiantil en Universitarios: una Revisión

Sistemática de la Literatura. Redalyc. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/journal/440/44070055025/html/>

Moran, G. (2018). Calidad de Servicio y Satisfacción del Estudiante en la Universidad Autónoma del Perú Villa el Salvador – 2018. Repositorio Autónoma del Perú.

Recuperado de:

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1358/Moran%20Luque%2c%20Gladys%20Nathaly.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Nauca, E., Chávarry, P., Duque, A. & Castillo, E. (2021). Satisfacción de estudiantes universitarios: Modelo de Calidad. Revista Científica Emprendimiento Científico Tecnológico. Recuperado de:
<https://revista.ectperu.org.pe/index.php/ect/article/view/11>

Necochea, Y., Nervi, C., Tuesta, V., Olazabal, L., Rodríguez, J., Gastelo, A., & León, F. (2017). Frecuencia y características del abandono estudiantil en una Escuela de Medicina de Lambayeque, 2006-2014. Org.pe. Recuperado de:
<http://www.scielo.org.pe/pdf/rmh/v28n3/a06v28n3.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2014). Documento de posición sobre la educación después de 2015. Recuperado de: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227336_spa

Organización Internacional de Normalización (2015). Sistemas de gestión de la calidad (ISO 9001:2015). Recuperado de:
http://www.congresoson.gob.mx:81/Content/ISO/documentos/ISO_9001_2015.pdf

Organización Internacional de Normalización (2018). Gestión de la calidad — Satisfacción

Padilla, N. (2019). Satisfacción del Usuario de Servicios Sanitarios: El Constructo Psicológico. Revista de Salud Pública. Recuperado de:
<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/RSD/article/view/24470/28390>

Patrón R. (2021). Calidad y satisfacción de los servicios escolares de una institución de educación superior mexicana: la visión de los estudiantes. RIDE Revista

Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo.

<https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.870>

Pecina, R. (2019). Evaluación de la satisfacción académica del estudiante de enfermería sobre la calidad del servicio educativo. CEMYS. Recuperado de:

<https://www.cemys.org.mx/index.php/CEMYS/article/download/288/314/1119>

Peñafort, V., Ramírez, E. & García, S. (2020). Calidad del Servicio en una Clínica de Bucaramanga bajo la Aplicación del Modelo Servqual. Revista Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Recuperado de:

<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/452/4522471005/4522471005.pdf>

Ramirez, E., Maguiña, M. & Huerta, R. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú. Retos. Recuperado de:

<https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.08>

Ramos, E., Mongollón, F., Santur, L. & Cherre, I. (2020). El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. Revista Universidad y Sociedad. Recuperado de:

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200417

Rashid S. & Anil V. (2021). Total quality management in oman. IOP Conference Series. Earth and Environmental Science. Recuperado de:

<https://www.proquest.com/scholarly-journals/total-quality-management-oman/docview/2640008617/se-2>.

Rodríguez, A. & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. Revista Escuela de Administración de Negocios. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>

Rodríguez, F. (2018). Percepción de la calidad de servicio en restaurantes vegetarianos de Juliaca. Universidad peruana Unión. Recuperado de:
https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1182/Flor_de_Mar%20c3%ada_Tesis_Bachiller_2018.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Rojas C., Niebles W., Pacheco C., & Hernández H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. CIT Información Tecnológica. Recuperado de: <https://doi.org/10.4067/s0718-07642020000400221>

Saitab, S., Jawahar, I., Piyali, G. & Ashutosh, M. (2020). Assessing employers' satisfaction with indian engineering graduates using expectancy-disconfirmation theory. International Journal of Manpower. Recuperado de:
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/assessing-employers-satisfaction-with-indian/docview/2534137376/se-2>

Sánchez, G., Barboza, N. & Castilla, H. (2017). Análisis de la deserción y los factores asociados a la permanencia estudiantil en una universidad peruana. Actualidades Pedagógicas. Recuperado de: <https://doi.org/10.19052/ap.4075>

SCIENDO. Recuperado de:

<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/3589/4267>

Silva, J., Macías, B., Tello, E. & Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. Ciencias UAT. Recuperado de:
<https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>

SINEACE. (2016). Modelo de Acreditación para Instituciones de Educación Básica.

Recuperado de:

<https://repositorio.minedu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.12799/5143/Modelo%20de%20acreditaci%C3%B3n%20para%20instituciones%20de%20Educaci%C3%B3n%20B%C3%A1sica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Surdez, E., Sandoval, M. & Lamoyi, C. (2018). Satisfacción estudiantil en la valoración de la calidad educativa universitaria. Redalyc. Recuperado de:
<https://doi.org/10.5294/edu.2018.21.1.1>

Useche, M., Artigas, W., Queipo, B. & Perozo, E. (2019). Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos. (1ªed). Colombia. Editorial Gente Nueva

Vera, J., Castaño, R. & Torres, Y. (2018). Fundamentos de metodología de la investigación científica. (1ªed). Guayaquil Ecuador. Editorial Grupo Compás.

Vergara, J., Del Valle, M., Díaz, A. & Victoria M. (2018). Adaptación de la Escala de Satisfacción Académica en Estudiantes Universitarios Chilenos. Revista de los Psicólogos de la Educación. Recuperado de: <https://doi.org/10.5093/psed2018a15>

- Vigo, J. & González J. (2020) "Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo". Revista Ciencia y Tecnología. Recuperado de:
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/3010>
- Vilca, C., Vilca, M., & Armas, M. (2021). Relationship between service quality and customer satisfaction of Banco de la Nación, Perú.
- Villasís, M., Márquez, H., Zurita, J., Miranda, G. & Escamilla, A. (2018). El protocolo de investigación VII. Validez y confiabilidad de las mediciones. Revista Alergia México. Recuperado de: <https://www.scielo.org.mx/pdf/ram/v65n4/2448-9190-ram-65-04-414.pdf>
- Volkan, Y., Huseyin, G., David, S, Esra, G., Nicoleta, B., Ayvaz, E. & Oana, F. (2023). The effect of cognitive dissonance theory and brand loyalty on consumer complaint behaviors: A cross-cultural study. Sustainability. Recuperado de:
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/effect-cognitive-dissonance-theory-brand-loyalty/docview/2791742139/se-2>.
- Yaguachy, A. (2020). Satisfacción del Servicio Educativo con la Calidad de la Educación en la Unidad Académica de Ciencias Sociales de la Carrera de Sociología de la Universidad Técnica de Machala. Ecuador. Ciencia y Educación. Recuperado de:
<https://www.cienciayeducacion.com/index.php/journal/article/view/35/60>
- Zeithaml, V., Gremler, D. & Bitner, M. (2022). Services marketing: Integrating customer focus across the firm. McGraw Hill.

Anexos
ANEXO N° 1. Matriz de Operacionalización de Variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
X: Calidad de servicio	La calidad del servicio es la apreciación global justificada en la comparación de las expectativas sobre el servicio que se espera recibir y las percepciones sobre el desempeño de la organización (Parasuraman et al.,1988, como se cita en Hernández et al., 2017).	La variable calidad de servicio se medirá empleando el instrumento de cuestionario con valores de tipo escala de Likert destinada a los estudiantes del IPC y será analizada a través de las dimensiones: Elemento tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.	Elementos Tangibles	- Infraestructura - Medios de comunicación - Apariencia del personal	1; 2; 3; 4; 5	Ordinal
			Fiabilidad	- Buen trato - Cumplimiento de servicios - Información oportuna - Atención al reclamo	6; 7; 8; 9; 10	
			Capacidad de respuesta	- Disposición - Atención oportuna - Rapidez en el servicio - Expectativas satisfechas	11; 12; 13; 14; 15	

Seguridad	-	Confianza	16; 17;				
	-	Experiencia en atención	18; 19; 20				
	-	Seguridad de la transacción					
	-	Conocimiento de los procesos de atención					
Empatía	-	Comprensión al cliente	21; 22;				
	-	Atención personalizada	23; 24; 25				
	-	Preocupación sobre los intereses del cliente					
	-	Cercanía con el cliente					
Y:	La satisfacción del cliente	La variable de	Rendimiento	-	Percepción del cliente	1; 2; 3; 4;	
Satisfacción del cliente	depende de cómo el producto cumple con las expectativas del	satisfacción del cliente se medirá	Percibido	-	Resultado del servicio	5; 6; 7; 8; 9	Ordinal

<p>comprador. Si el rendimiento no mediante tres Expectativas - Ofertas de la 10; 11; satisface las expectativas, el dimensiones, - empresa 12; 13; cliente estará insatisfecho; si aplicando un - Opiniones de 14; coincide, el cliente está cuestionario (familia, 15; 16; satisfecho; si supera las En escala de Likert. publicidad) 17; 18; expectativas, el cliente estará - Experiencia 19; muy satisfecho o maravillado. anteriores 20</p> <p>Esto genera clientes leales que recomiendan el producto o Niveles de - Insatisfecho servicio. Mientras que los satisfacción - Satisfecho insatisfechos se cambian a la - Complacido competencia y desestiman el 21; 22; producto (Kotler & Armstrong, 23; 24; 2018). 25; 26</p>

ANEXO N° 2. Matriz de Consistencia.

Título: La Calidad de los Servicios y la Satisfacción de los Estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el Año 2022.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema principal: ¿Existe relación entre la calidad de Servicios y la satisfacción del cliente en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?</p> <p>Problemas específicos: 1) ¿Existe relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?</p>	<p>Objetivo General: Determinar si existe relación entre la calidad de servicios y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.</p> <p>Objetivos específicos: 1) Determinar si existe relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.</p>	<p>Hipótesis general: Existe una relación directa entre la calidad de servicio con la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.</p> <p>Hipótesis Específicas: 1) Existe una relación directa entre los elementos tangibles y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022. 2) Existe una relación</p>	<p>Variable 1 Calidad de Servicio</p>	<p>Elementos Tangibles</p> <hr/> <p>Fiabilidad</p> <hr/> <p>Capacidad de Respuesta</p> <hr/> <p>Seguridad</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura - Medios de comunicación - Apariencia del personal - Buen trato - Cumplimiento de servicios - Información oportuna - Atención al reclamo - Disposición - Atención oportuna - Rapidez en el servicio - Expectativas satisfechas - Confianza - Experiencia en atención - Seguridad de la transacción - Conocimiento de los procesos de atención 	<p>Tipo de investigación: Aplicada</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo correlacional</p> <p>Método de la investigación: Hipotético – deductivo</p> <p>Diseño de la investigación No experimental, transaccional</p> <p>Población: Conformada por todos los estudiantes del Instituto Privado Celendín</p> <p>Muestra La muestra de la investigación es de 138 estudiantes.</p>

<p>2) ¿Existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?</p>	<p>2) Determinar si existe relación entre la fiabilidad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.</p>	<p>directa entre la fiabilidad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.</p>		<p>Empatía</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comprensión al cliente - Atención personalizada - Preocupación sobre los intereses del cliente - Cercanía con el cliente 	<p>Técnicas, instrumentos de recolección de datos Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario en escala de Likert, aplicación SERVQUAL</p>
<p>3) ¿Existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?</p>	<p>3) Determinar si existe relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.</p>	<p>3) Existe una relación directa entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.</p>	<p>Variable 2 Satisfacción del Cliente</p>	<p>Rendimiento Percibido</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Percepción del cliente - Resultado del servicio <p>Expectativas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ofertas de la empresa - Opiniones de terceros (familia, amigos, publicidad) - Experiencia de visitas anteriores 	<p>Instrumento de procesamiento de la información: Microsoft Excel, IBM SPSS.</p>

Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?	Celendín en el año 2022.	4) Existe una relación directa entre la seguridad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.	Nivel de Satisfacción	- Insatisfecho
4) ¿Existe relación entre la seguridad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?	4) Determinar si existe relación entre la seguridad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.	4) Existe una relación directa entre la seguridad y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.		- Satisfecho
Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?	Celendín en el año 2022.	5) Existe una relación directa entre la empatía y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.		- Complacido
5) ¿Existe relación entre la empatía y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022?	5) Determinar si existe relación entre la empatía y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.	5) Existe una relación directa entre la empatía y la satisfacción de los estudiantes en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Celendín en el año 2022.		

ANEXO N° 3. Cuestionario Original del Artículo “Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo”.

CUESTIONARIO CALIDAD DE SERVICIO

Nombre: _____ Edad: ____ años Fecha de evaluación: __/__/__

Instrucciones: Usted encontrará una serie de preguntas acerca de la calidad de servicio recibido. Debe elegir aquella opción que para usted detalla con mayor precisión lo que usted cree o siente.

NUNCA: 1 CASI NUNCA: 2 A VECES: 3 CASI SIEMPRE: 4 SIEMPRE: 5

ITEMS					
Dimensión I: ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5
1. Las instalaciones del Laboratorio de Análisis Clínicos son cómodas y acogedoras.					
2. El Laboratorio de Análisis Clínicos tiene equipos y nuevas tecnologías de apariencia moderna.					
3. Los medios de comunicación empleados en el Laboratorio de Análisis Clínicos para la atención al cliente son los adecuados.					
4. Los colaboradores del Laboratorio de Análisis Clínicos proyectan una imagen limpia.					
5. Los colaboradores presentan una presencia formal y pertinente.					
Dimensión II: FIABILIDAD	1	2	3	4	5
6. Los colaboradores del Laboratorio de Análisis Clínicos son capaces de solucionar un problema suscitado durante la prestación de sus servicios.					
7. En el Laboratorio de Análisis Clínicos cuando prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.					
8. Los colaboradores se esmeran por cumplir con todos los servicios ofrecidos.					
9. Cuando tengo una duda o problema, los colaboradores del Laboratorio de Análisis Clínicos muestran un sincero interés en ayudarme.					
10. Los colaboradores me ayudan a solucionar oportunamente un reclamo.					
Dimensión III: CAPACIDAD DE RESPUESTA	1	2	3	4	5
11. Los colaboradores del Laboratorio de Análisis Clínicos me brindan un servicio oportuno.					
12. Existe disposición de los colaboradores a la hora de brindar el servicio.					
13. Los colaboradores del Laboratorio de Análisis Clínicos muestran una buena actitud por brindar un buen servicio.					
14. Los colaboradores del Laboratorio de Análisis Clínicos cumplen con mis expectativas.					
15. En el Laboratorio de Análisis Clínicos brindan un servicio rápido y oportuno.					
Dimensión IV: SEGURIDAD	1	2	3	4	5
16. El centro de análisis clínico inspira confianza y seguridad para realizar mis análisis.					
17. El comportamiento de los colaboradores transmite confianza y seguridad en la realización de sus funciones.					
18. Usted siente credibilidad sobre los resultados de sus análisis clínicos realizados en la institución.					
19. Los resultados son entregados en un sobre personalizado con mi nombre y eso me transmite credibilidad en la institución					
20. Las instalaciones de la institución son seguras para los usuarios y colaboradores.					
Dimensión V: EMPATÍA	1	2	3	4	5
21. El Laboratorio de Análisis Clínicos tienen un horario accesible o adecuado de atención.					
22. En el Laboratorio de Análisis Clínicos brindan una atención personalizada.					
23. En el Laboratorio de Análisis Clínicos hacen un seguimiento personalizado (visita domiciliaria, llamada telefónica, etc), cuando no he asistido a recoger mis análisis.					
24. Los colaboradores comprenden el servicio que usted requiere.					
25. Los colaboradores buscan lo mejor para los intereses de los usuarios o clientes.					

ANEXO N° 4. Cuestionario Adaptado Sobre la Calidad de los Servicios y Satisfacción de los Estudiantes.

CUESTIONARIO SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Nombre: _____ Edad: ____ años Fecha de evaluación: __/__/__

Instrucciones: Usted encontrará una serie de preguntas acerca de la satisfacción sobre el servicio recibido. Debe elegir aquella opción que para usted detalla con mayor precisión lo que usted cree o siente.

NUNCA: 1 CASI NUNCA: 2 A VECES: 3 CASI SIEMPRE: 4 SIEMPRE: 5

ITEMS					
Dimensión I: RENDIMIENTO PERCIBIDO	1	2	3	4	5
1. Acepta al centro de análisis clínicos como su primera opción para realizarse análisis clínicos					
2. Los precios de los análisis clínicos son adecuados y accesibles.					
3. Está conforme con el servicio que le brindaron					
4. Usted regresaría en otra oportunidad cuando su médico tratante le solicite exámenes de laboratorio.					
5. El realizarse análisis clínicos en nuestra institución le genera seguridad y confianza					
6. Los resultados que le entregan le transmiten confianza por el hecho de haber realizado sus análisis en la institución.					
7. Le agrada el servicio que ofrecen los colaboradores del centro de análisis clínicos.					
8. Usted recomendaría al Laboratorio de Análisis Clínicos por su calidad de servicio.					
9. Los equipos y materiales utilizados están en buenas condiciones.					
Dimensión II: EXPECTATIVAS	1	2	3	4	5
10. Las promesas efectuadas por los colaboradores se cumplen					
11. El laboratorio de análisis clínicos cumple con lo prometido en ofertas y promociones					
12. La atención es inmediata, respetando el turno y orden de llegada de los clientes.					
13. Los colaboradores del laboratorio de análisis clínicos resuelven sus dudas lo más antes posible					
14. Los colaboradores fueron capaces de resolver sus reclamos sobre el servicio.					
15. El colaborador le brinda información oportuna sobre los servicios ofrecidos.					
16. El trato de los colaboradores es de forma amable y cordial cada vez que utilizo el servicio					
17. El trato de los colaboradores es mejor a comparación con otros centros de laboratorios clínicos que usted utilizó					
18. Los servicios que ofrece el centro de análisis clínicos son de su interés					
19. Los servicios que ofrece el centro de análisis clínicos cubren sus expectativas					
20. El trato de los colaboradores es de forma amable y cordial cada vez que utilizo el servicio					
Dimensión III: NIVEL DE SATISFACCIÓN	1	2	3	4	5
21. Usted alguna vez ha sentido desagrado por el servicio ofrecido.					
22. Se ha sentido incómodo por el comportamiento de algún colaborador del centro de análisis clínico.					
23. Se siente satisfecho por la calidad de servicio recibido.					
24. Se siente satisfecho por realizar su análisis en ésta institución.					
25. Se siente complacido por todo lo que le ofrece el centro de análisis clínico					
26. La variedad de los tipos de análisis que ofrece centro de análisis clínico le complace.					

**ENCUESTA ADAPTADA PARA “LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y LA
SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN EL INSTITUTO DE EDUCACIÓN
SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO CELENDÍN EN EL AÑO 2022.**

Estimado(a) encuestado(a): Nos encontramos realizando una investigación con la finalidad de recabar información acerca de la calidad de servicio y satisfacción del cliente que brinda el Instituto Privado Celendín - IPC, la cual será de vital importancia. Por favor le rogamos responder sinceramente las afirmaciones que citamos en el presente cuestionario.

Instrucciones: Usted encontrará una serie de preguntas acerca de la calidad de servicio recibido. Debe elegir aquella opción que para usted detalla con mayor precisión lo que usted cree o siente.

ITEMS					
Dimensión I: ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5
1. Las instalaciones del IPC son cómodas y acogedoras.					
2. El instituto cuenta con equipos y nuevas tecnologías de apariencia moderna.					
3. Los medios de comunicación empleados en el instituto para la atención al cliente son los adecuados.					
4. Los colaboradores del instituto proyectan una imagen pulcra.					
5. Los colaboradores presentan una presencia formal y pertinente.					
Dimensión II: FIABILIDAD	1	2	3	4	5
6. Los colaboradores del instituto son capaces de solucionar un problema suscitado durante la prestación de sus servicios.					
7. En el instituto cuando prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.					
8. Los colaboradores se esmeran por cumplir con todos los servicios ofrecidos.					
9. Cuando tiene una duda o problema, los colaboradores del instituto muestran un sincero interés en ayudarlo.					
10. Los colaboradores le ayudan a solucionar oportunamente un reclamo.					
Dimensión III: CAPACIDAD DE RESPUESTA	1	2	3	4	5
11. Los colaboradores del instituto le brindan un servicio oportuno.					
12. Existe disposición de los colaboradores a la hora de brindar el servicio.					
13. Los colaboradores del instituto muestran una buena actitud por brindar un buen servicio.					
14. Los colaboradores del instituto cumplen con sus expectativas.					
15. En el instituto le brindan un servicio rápido y oportuno.					
Dimensión IV: SEGURIDAD	1	2	3	4	5
16. El instituto le inspira confianza y seguridad para formarse como profesional.					
17. El comportamiento de los colaboradores transmite confianza y seguridad en la realización de sus funciones.					
18. Usted siente credibilidad sobre la enseñanza de los docentes brindada en la institución.					
19. Los docentes brindan la seguridad de una calificación imparcial y eso le transmite credibilidad en la institución					
20. Las instalaciones del instituto son seguras para los alumnos y colaboradores.					
Dimensión V: EMPATÍA	1	2	3	4	5
21. El instituto cuenta con un horario accesible o adecuado de atención.					
22. En el instituto brindan una atención personalizada.					
23. En el instituto hacen un seguimiento personalizado (llamada telefónica) cuando detectan que el alumnado no está asistiendo a clases.					
24. Los colaboradores comprenden el servicio que usted requiere.					
25. Los colaboradores buscan lo mejor para los intereses de los estudiantes.					

ITEMS					
Dimensión I: RENDIMIENTO PERCIBIDO	1	2	3	4	5
1. Acepta al IPC como su primera opción para realizar sus estudios técnicos superiores.					
2. Los precios del instituto son adecuados y accesibles.					
3. Está conforme con el servicio que le brindan.					
4. Usted regresaría en otra oportunidad a solicitud de sus docentes para asistir a un seminario taller u otra actividad adicional a las clases.					
5. El estudiar una carrera técnica en nuestra institución le genera seguridad y confianza					
6. Al culminar tus estudios técnicos, te sentirías en la capacidad de conseguir trabajo fácilmente por el hecho de haber egresado del IPC.					
7. Le agrada el servicio que ofrecen los colaboradores del instituto.					
8. Usted recomendaría al instituto por su calidad de servicio.					
9. Los equipos y materiales utilizados están en buenas condiciones.					
Dimensión II: EXPECTATIVAS	1	2	3	4	5
10. Las promesas efectuadas por los colaboradores se cumplen.					
11. El instituto cumple con lo prometido en cuanto a descuentos por excelencia académica y descuento en matrícula de hermanos.					
12. La atención en Secretaría Académica es inmediata, respetando el turno y orden de llegada de los alumnos.					
13. Los colaboradores del instituto resuelven sus dudas lo más antes posible.					
14. Los colaboradores fueron capaces de resolver sus reclamos sobre el servicio.					
15. El colaborador le brinda información oportuna sobre los servicios ofrecidos.					
16. El trato de los colaboradores es de forma amable y cordial cada vez que utiliza el servicio					
17. El trato de los colaboradores es mejor a comparación con otros institutos técnicos que usted visitó.					
18. Los servicios que ofrece el instituto son de su interés					
19. Los servicios que ofrece el instituto cubren sus expectativas.					
20. El trato de los colaboradores es de forma amable y cordial cada vez que utiliza el servicio					
Dimensión III: NIVEL DE SATISFACCIÓN	1	2	3	4	5
21. Usted alguna vez ha sentido desagrado por el servicio ofrecido.					
22. Se ha sentido incómodo por el comportamiento de algún colaborador del instituto.					
23. Se siente satisfecho por la calidad de servicio recibido.					
24. Se siente satisfecho por realizar sus estudios en esta institución.					
25. Se siente complacido por todo lo que le ofrece el instituto.					
26. La variedad de carreras técnicas profesionales que ofrece el instituto le complace.					

ANEXO N° 8. Carta de Autorización de Uso de Datos

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA PARA OBTENCIÓN DE GRADO DE BACHILLER Y TÍTULO PROFESIONAL



Yo, Alberto Vidal Tirado Díaz, identificado con DNI N° 44667980, en mi calidad de Gerente General del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado "CELENDÍN" E.I.R.L con R.U.C N° 20495643094, ubicada en la provincia de Celendín, departamento de Cajamarca.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A las señoritas Castrejon Ayay Madai Elisa, identificado con DNI N° 75943495 y Tello Díaz Diana Lileth identificado con DNI N° 72949821, egresado/bachiller de la carrera de Administración y Marketing para que utilice la siguiente información de la empresa:

- Base de datos de los estudiantes.
- Datos generales de identificación de la empresa.

con la finalidad de que pueda desarrollar su Trabajo de Investigación para optar el grado de bachiller () o Tesis (x) o Trabajo de Suficiencia Profesional () para optar al grado de Bachiller () o el Título Profesional (x).

Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:

- (x) Ficha RUC (Para Tesis o investigación para grado de bachiller)
- () Vigencia de Poder (Para Informes de Suficiencia profesional)
- () Otro (ROF, MOF, Resolución, etc. para el caso de empresas públicas válido tanto para Tesis, investigación para grado de bachiller e Informe de Suficiencia Profesional)

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

- () Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
- (X) Mencionar el nombre de la empresa.

INSTITUTO "CELENDÍN" E.I.R.L.

Alberto Vidal Tirado Díaz
GERENTE GENERAL

Firma y sello del Representante Legal
DNI: 44667980

CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	03	PÁGINA	Página 1 de 2
FECHA DE VIGENCIA	30/12/2022				

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA PARA
OBTENCIÓN DE GRADO DE BACHILLER Y TÍTULO PROFESIONAL**

El Egresado o Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; y asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



Firma del Egresado o Bachiller
Madai Elisa Castrejon Ayay
DNI: 75943495



Firma del Egresado o Bachiller
Diana Lileth Tello Díaz
DNI: 72949821

CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	03	PÁGINA	Página 2 de 2
FECHA DE VIGENCIA	30/12/2022				



Reporte de Ficha RUC

Lima, 30/05/2022

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO "CELENDIN" DE
CELENDIN E.I.R.L.
20495643094

Información General del Contribuyente

Código y descripción de Tipo de Contribuyente	07 EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
Fecha de Inscripción	07/12/2004
Fecha de Inicio de Actividades	01/02/2005
Estado del Contribuyente	ACTIVO
Dependencia SUNAT	0163 - I.R.CAJAMARCA-MEPECO
Condición del Domicilio Fiscal	HABIDO
Emisor electrónico desde	08/01/2020
Comprobantes electrónicos	FACTURA (desde 08/01/2020)

Datos del Contribuyente

Nombre Comercial	IPC-INSTITUTO PRIVADO CELENDÍN
Tipo de Representación	-
Actividad Económica Principal	8530 - ENSEÑANZA SUPERIOR
Actividad Económica Secundaria 1	6810 - ACTIVIDADES INMOBILIARIAS REALIZADAS CON BIENES PROPIOS O ARRENDADOS
Actividad Económica Secundaria 2	7730 - ALQUILER Y ARRENDAMIENTO DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA, EQUIPO Y BIENES TANGIBLES
Sistema Emisión Comprobantes de Pago	MANUAL
Sistema de Contabilidad	MANUAL/COMPUTARIZADO
Código de Profesión / Oficio	-
Actividad de Comercio Exterior	SIN ACTIVIDAD
Número Fax	-
Teléfono Fijo 1	-
Teléfono Fijo 2	-
Teléfono Móvil 1	76 - 972519519
Teléfono Móvil 2	76 - 967762628
Correo Electrónico 1	tirado_m76@hotmail.com
Correo Electrónico 2	ulises_3339@hotmail.com

Domicilio Fiscal

Actividad Económica Principal	8530 - ENSEÑANZA SUPERIOR
Departamento	CAJAMARCA
Provincia	CELENDIN
Distrito	CELENDIN
Tipo y Nombre Zona	--- PUEBLO CELENDIN
Tipo y Nombre Vía	JR. DOS DE MAYO
Nro	1390



Km	-
Mz	-
Lote	-
Dpto	-
Interior	-
Otras Referencias	-
Condición del inmueble declarado como Domicilio Fiscal	-

Datos de la Persona Natural / Datos de la Empresa	
Fecha Inscripción RR.PP	25/11/2004
Número de Partida Registral	11031205
Tomo/Ficha	00035267
Folio	-
Asiento	A0001
Origen de la Entidad	NACIONAL
País de Origen	-

Registro de Tributos Afectos				
Tributo	Afecto desde	Exoneración		
		Marca de Exoneración	Desde	Hasta
IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	01/02/2016	-	-	-
RENTA-3RA. CATEGOR.-CTA.PROPIA	01/01/2017	-	-	-
RENTA 4TA. CATEG. RETENCIONES	01/03/2012	-	-	-
RENTA 5TA. CATEG. RETENCIONES	01/08/2013	-	-	-
ESSALUD SEG REGULAR TRABAJADOR	01/08/2013	-	-	-
SNP - LEY 19990	01/08/2013	-	-	-

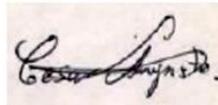
Representantes Legales					
Tipo y Número de Documento	Apellidos y Nombres	Cargo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Nro. Orden de Representación
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD 44667980	TIRADO DIAZ ALBERTO VIDAL	GERENTE	09/07/1987	24/06/2013	-
	Dirección	Ubigeo	Teléfono	Correo	
	JR. SAN JUAN 580	CAJAMARCA CELENDIN CELENDIN	06 -	-	



Otras Personas Vinculadas						
Tipo y Nro.Doc.	Apellidos y Nombres	Vínculo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Origen	Porcentaje
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD - 26692491	DIAZ BARDALES SONIA MARILU	TITULAR	09/11/1967	25/11/2004	-	-
	Dirección		Ubigeo	Teléfono	Correo	
			---	--	-	
	País de Residencia		País de Constitución			
	-		-			

Dependencia SUNAT: I.R.CAJAMARCA-MEPECO
 Fecha: 30/05/2022
 Hora: 18:41

Página 3 de 3



Jefe del área de Servicios
 SUNAT

Sr. Contribuyente, al solicitar el presente Reporte Electrónico, debe tener en cuenta lo siguiente:

- La información mostrada corresponde a lo registrado por usted a través de SUNAT Operaciones en Línea.
- El máximo de reportes a ser generados por día es TRES (03). A partir del 4to reporte, se toma el último reporte generado. La generación del reporte en el día siempre muestra los datos registrados hasta el día anterior.
- Es importante que, para efectos de mantenerlo informado sobre sus obligaciones y facilidades, actualice sus datos en el RUC, como correo electrónico, teléfono fijo y teléfono celular.
- Puede validar y visualizar el reporte electrónico generado a través del código QR ubicado en la parte inferior derecha del presente documento o colocando la siguiente dirección en la barra del navegador:



<https://www.sunat.gob.pe/cl-ti-itreporteec-visor/reporteeec/reportecertificado/descarga?doc=OPCOvC3sVciLJDDfpzFvAsAsFnTPKVLsEdHkoSe8khzsVdvb0N2mveTQqQvdyh5tzjw9loGPnEt8IMOW3h5MZ%2Bfzqn%2F5Tu5Wk31k2odKQo%3D>

ANEXO N° 9. Cuestionario en Google Forms



Sección 1 de 2

ENCUESTA ANÓNIMA
SOBRE LA CALIDAD DE
LOS SERVICIOS
EDUCATIVOS Y LA
SATISFACCIÓN DE LOS
ESTUDIANTES EN EL
INSTITUTO DE
EDUCACIÓN SUPERIOR
TECNOLÓGICO
PRIVADO CELENDÍN EN
EL AÑO 2022.

Estimado(a) encuestado(a): Nos encontramos realizando una investigación con la finalidad de recabar información acerca de la calidad de servicio y satisfacción del cliente que brinda el Instituto Privado Celendín - IPC, la cual será de vital importancia. Por favor le rogamos responder sinceramente las afirmaciones que citamos en el presente cuestionario.

INSTRUCCIONES: Usted encontrará una serie de afirmaciones acerca de la calidad de servicio recibido. Debe elegir aquella opción que para usted detalla con mayor precisión lo que usted cree o siente, según las siguientes opciones: 1 (NUNCA), 2 (CASI NUNCA), 3 (A VECES), 4 (CASI SIEMPRE), 5 (SIEMPRE).

Sexo

Femenino

Masculino

Ciclo

I

II

III

IV

V

VI

1. Las instalaciones del IPC son cómodas y acogedoras. *

1 2 3 4 5

Nunca Siempre

Link del cuestionario: <https://forms.gle/FMKmd3YM9LZqTJbj9>



ANEXO N° 10. Base de Datos de la Encuesta en SPSS

ENCUESTA IPC_BASE DE DATOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 72 de 72 variables

	Sexo	Edad	Ciclo_Ac adémico	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	
1	Masculino	17-24	Ciclo III	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	S									
2	Femenino	33-40	Ciclo III	Siempre	S													
3	Masculino	17-24	Ciclo III	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	S
4	Femenino	17-24	Ciclo III	Siempre	S													
5	Masculino	17-24	Ciclo III	Casi nunca	A veces	Casi siempre	A veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi s
6	Femenino	17-24	Ciclo III	Siempre	Casi siempre	Casi s												
7	Femenino	25-32	Ciclo III	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	S
8	Femenino	17-24	Ciclo III	Siempre	S													
9	Masculino	17-24	Ciclo III	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi s
10	Femenino	17-24	Ciclo III	A veces	Casi siempre	A veces	A veces	Casi siempre	A veces	A veces	Casi siempre	A veces	A					
11	Femenino	17-24	Ciclo III	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	S
12	Femenino	33-40	Ciclo III	Siempre	S													
13	Masculino	17-24	Ciclo III	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	A veces	A veces	A veces	A veces	Casi nunca	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	A veces	A veces	A veces	A
14	Masculino	17-24	Ciclo III	Siempre	S													
15	Femenino	25-32	Ciclo III	Siempre	S													
16	Femenino	17-24	Ciclo III	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	S									
17	Masculino	25-32	Ciclo III	Casi siempre	A veces	A veces	Casi siempre	A veces	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	S
18	Femenino	17-24	Ciclo III	Casi siempre	A veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	A veces	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	S
19	Masculino	17-24	Ciclo III	Siempre	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Nunca	Siempre	Siempre	S
20	Femenino	17-24	Ciclo III	A veces	A veces	Casi nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Casi nunca	A veces	Casi siempre	A veces	A veces	Casi nunca	A veces	Casi nunca	A
21	Masculino	17-24	Ciclo III	Casi siempre	Casi nunca	A veces	Nunca	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi s
22	Masculino	33-40	Ciclo III	Siempre	Casi s													
23	Femenino	17-24	Ciclo III	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	S
24	Femenino	17-24	Ciclo I	Casi siempre	Casi s													
25	Masculino	17-24	Ciclo I	Siempre	S													
26	Femenino	17-24	Ciclo I	Casi siempre	Casi siempre	A veces	Casi siempre	A veces	A veces	Casi siempre	A veces	Casi siempre	Casi siempre	A veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi s

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO Clásico

ENCUESTA IPC_ BASE DE DATOS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 72 de 72 variables

	Sexo	Edad	Ciclo_Ac ádemico	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
1	0	1	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	1	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	0	1	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	1	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	0	1	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
6	1	1	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
7	1	2	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
8	1	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	0	1	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4
10	1	1	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
11	1	1	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
12	1	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	0	1	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3
14	0	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	1	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	1	1	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	0	2	3	4	3	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4
18	1	1	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	5
19	0	1	3	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	1	5	5
20	1	1	3	3	3	2	2	3	4	2	3	4	3	3	2	3	2
21	0	1	3	4	2	3	1	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4
22	0	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	1	1	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
24	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	0	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	1	1	1	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4

Vista de datos Vista de variables

Etiquetas de valor IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ACTIVADO Clásico

ANEXO N° 11. Hoja de Validación del Cuestionario

Trujillo, Lunes 03 de Diciembre del 2018

Trujillo, Lunes 03 de Diciembre del 2018

Trujillo, Lunes 03 de Diciembre del 2018

Dra:

Soto Deza Nancy Mercedes

Presente:

Me dirijo a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de JUEZ para validar el contenido del instrumento: Cuestionario de Satisfacción del cliente, para ser utilizado en la recopilación de información sobre la satisfacción de los usuarios atendidos en el laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo.

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal de la operacionalización de la variable involucrada en el estudio, el cuestionario de Satisfacción del cliente y un formato de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, congruencia, control de la tendenciosidad y dominio de los contenidos de los diversos ítems del cuestionario.

Agradezco de antemano su receptividad y colaboración.

Es propicia la ocasión para hacerle llegar mi estima personal.

Atentamente,


Vigo Cancino Jhonny Manfredy
Ingeniero Industrial

Ms:

Alvarado Loyola Luis Andrés

Presente:

Me dirijo a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de JUEZ para validar el contenido del instrumento: Cuestionario de Satisfacción del cliente, para ser utilizado en la recopilación de información sobre la satisfacción de los usuarios atendidos en el laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo.

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal de la operacionalización de la variable involucrada en el estudio, el cuestionario de Satisfacción del cliente y un formato de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, congruencia, control de la tendenciosidad y dominio de los contenidos de los diversos ítems del cuestionario.

Agradezco de antemano su receptividad y colaboración.

Es propicia la ocasión para hacerle llegar mi estima personal.

Atentamente,


Vigo Cancino Jhonny Manfredy
Ingeniero Industrial

Ms:

Marcos Alejandro Robles Lora

Presente:

Me dirijo a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de JUEZ para validar el contenido del instrumento: Cuestionario de Satisfacción del cliente, para ser utilizado en la recopilación de información sobre la satisfacción de los usuarios atendidos en el laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo.

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal de la operacionalización de la variable involucrada en el estudio, el cuestionario de Satisfacción del cliente y un formato de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, congruencia, control de la tendenciosidad y dominio de los contenidos de los diversos ítems del cuestionario.

Agradezco de antemano su receptividad y colaboración.

Es propicia la ocasión para hacerle llegar mi estima personal.

Atentamente,


Vigo Cancino Jhonny Manfredy
Ingeniero Industrial

**INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO
(JUICIO DEL EXPERTO)**

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

N	Dimensión I: RENDIMIENTO PERCIBIDO	Claridad ¹		Congruencia ²		Tendenciosidad ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	Acepta al centro de análisis clínicos como su primera opción para realizarse análisis clínicos	✓		✓		✓		✓		
2	Los precios de los análisis clínicos son adecuados y accesibles.	✓		✓		✓		✓		
3	Está conforme con el servicio que le brindaron	✓		✓		✓		✓		
4	Usted regresaría en otra oportunidad cuando su médico tratante le solicite exámenes de laboratorio.	✓		✓		✓		✓		
5	El realizarse análisis clínicos en nuestra institución le genera seguridad y confianza.	✓		✓		✓		✓		
6	Los resultados que le entregan le transmiten confianza por el hecho de haber realizado sus análisis en la institución.	✓		✓		✓		✓		
7	Le agrada el servicio que ofrecen los colaboradores del centro de análisis clínicos.	✓		✓		✓		✓		
8	Usted recomendaría a otras personas al Laboratorio de Análisis Clínicos por su calidad de servicio.	✓		✓		✓		✓		
9	Los equipos y materiales utilizados están en buenas condiciones.	✓		✓		✓		✓		

1 Se entiende sin dificultad el enunciado del ítem.

2 El ítem tiene relación con el constructo.

3 El ítem tal como está redactado favorece la elección de una misma opción de respuesta sea quien sea el sujeto que conteste el ítem.

4 El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo.

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO (JUICIO DEL EXPERTO)

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

N	Dimensión II: EXPECTATIVAS	Claridad1		Congruencia2		Tendenciosidad3		Dominio del constructo4		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
10	Las promesas efectuadas por los colaboradores se cumplen.	✓		✓		✓		✓		
11	El laboratorio de análisis clínicos cumple con lo prometido en ofertas y promociones.	✓		✓		✓		✓		
12	La atención es inmediata, respetando el turno y orden de llegada de los clientes.	✓		✓		✓		✓		
13	Los colaboradores del laboratorio de análisis clínicos resuelven sus dudas lo más antes posible.	✓		✓		✓		✓		
14	Los colaboradores fueron capaces de resolver sus reclamos sobre el servicio.	✓		✓		✓		✓		
15	El colaborador le brinda información oportuna sobre los servicios ofrecidos.	✓		✓		✓		✓		
16	El trato de los colaboradores es de forma amable y cordial cada vez que utilizo el servicio.	✓		✓		✓		✓		
17	El trato de los colaboradores es mejor a comparación con otros centros de laboratorios clínicos que usted utilizó.	✓		✓		✓		✓		
18	Los servicios que ofrece el centro de análisis clínicos son de su interés.	✓		✓		✓		✓		
19	Los servicios que ofrece el centro de análisis clínicos cubren sus expectativas.	✓		✓		✓		✓		
20	El trato de los colaboradores es de forma amable y cordial cada vez que utilizo el servicio.	✓		✓		✓		✓		

- 1 Se entiende sin dificultad el enunciado del ítem.
- 2 El ítem tiene relación con el constructo.
- 3 El ítem tal como está redactado favorece la elección de una misma opción de respuesta sea quien sea el sujeto que conteste el ítem.
- 4 El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo.

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO (JUICIO DEL EXPERTO)

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

N	Dimensión III: NIVEL DE SATISFACCIÓN	Claridad1		Congruencia2		Tendenciosidad3		Dominio del constructo4		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
21	Usted alguna vez ha sentido desagrado por el servicio ofrecido.	✓		✓		✓		✓		
22	Se ha sentido incómodo por el comportamiento de algún colaborador del centro de análisis clínico.	✓		✓		✓		✓		
23	Se siente satisfecho por la calidad de servicio recibido.	✓		✓		✓		✓		
24	Se siente satisfecho por realizar su análisis en ésta institución.	✓		✓		✓		✓		
25	Se siente complacido por todo lo que le ofrece el centro de análisis clínico	✓		✓		✓		✓		
26	La variedad de los tipos de análisis que ofrece centro de análisis clínico le complace.	✓		✓		✓		✓		

- 1 Se entiende sin dificultad el enunciado del ítem.
- 2 El ítem tiene relación con el constructo.
- 3 El ítem tal como está redactado favorece la elección de una misma opción de respuesta sea quien sea el sujeto que conteste el ítem.
- 4 El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo.

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente cuestionario tiene como finalidad evaluar la satisfacción del cliente, la misma será aplicada a los clientes de un centro de análisis clínicos de Pacasmayo.

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta a no los criterios propuestos y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: _____ Fecha actual: 08/12/2018

Nombres y apellidos del Juez: Marcos Alejandro Robles Lora

Institución donde labora: _____

Años de experiencia profesional o científica: 5 años

Firma: _____


Marcos A. Robles Lora
ING. INDUSTRIAL
R. CIP 162358

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente cuestionario tiene como finalidad evaluar la satisfacción del cliente, la misma será aplicada a los clientes de un centro de análisis clínicos de Pacasmayo.

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta a no los criterios propuestos y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: _____ Fecha actual: 16-Diciembre 2018

Nombres y apellidos del Juez: Luis Pablo Placando Lopez

Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO

Años de experiencia profesional o científica: 30

Firma: 

BIP

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente cuestionario tiene como finalidad evaluar la satisfacción del cliente, la misma será aplicada a los clientes de un centro de análisis clínicos de Pacasmayo.

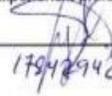
La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta a no los criterios propuestos y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: _____ Fecha actual: 02/12/2018

Nombres y apellidos del Juez: NANCY MERCEDES SOTO DEZA

Institución donde labora: UNT

Años de experiencia profesional o científica: 20

Firma: 
17947942

✓

Trujillo, Lunes 03 de Diciembre del 2018

Trujillo, Lunes 03 de Diciembre del 2018

Trujillo, Lunes 03 de Diciembre del 2018

Ms:

Marcos Alejandro Robles Lora

Presente:

Me dirijo a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de JUEZ para validar el contenido del instrumento: Cuestionario de Calidad de Servicio, para ser utilizado en la recopilación de información sobre la Calidad de Servicio de los usuarios atendidos en el laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo.

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal de la operacionalización de la variable involucrada en el estudio, el cuestionario de calidad de servicio y un formato de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, congruencia, control de la tendenciosidad y dominio de los contenidos de los diversos ítems del cuestionario.

Agradezco de antemano su receptividad y colaboración.

Es propicia la ocasión para hacerle llegar mi estima personal.

Atentamente,



Vigo Cancino Jhonny Manfredy
Ingeniero Industrial

Dra:

Soto Deza Nancy Mercedes

Presente:

Me dirijo a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de JUEZ para validar el contenido del instrumento: Cuestionario de Calidad de Servicio, para ser utilizado en la recopilación de información sobre la Calidad de Servicio de los usuarios atendidos en el laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo.

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal de la operacionalización de la variable involucrada en el estudio, el cuestionario de calidad de servicio y un formato de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, congruencia, control de la tendenciosidad y dominio de los contenidos de los diversos ítems del cuestionario.

Agradezco de antemano su receptividad y colaboración.

Es propicia la ocasión para hacerle llegar mi estima personal.

Atentamente,



Vigo Cancino Jhonny Manfredy
Ingeniero Industrial

Ms:

Alvardo Loyola Luis Andrés

Presente:

Me dirijo a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de JUEZ para validar el contenido del instrumento: Cuestionario de Calidad de Servicio, para ser utilizado en la recopilación de información sobre la Calidad de Servicio de los usuarios atendidos en el laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo.

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal de la operacionalización de la variable involucrada en el estudio, el cuestionario de calidad de servicio y un formato de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, congruencia, control de la tendenciosidad y dominio de los contenidos de los diversos ítems del cuestionario.

Agradezco de antemano su receptividad y colaboración.

Es propicia la ocasión para hacerle llegar mi estima personal.

Atentamente,



Vigo Cancino Jhonny Manfredy
Ingeniero Industrial

75

**INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO
(JUICIO DEL EXPERTO)
CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO**

N	Dimensión I: ELEMENTOS TANGIBLES	Claridad ¹		Congruencia ²		Tendenciosidad ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	Las instalaciones del Laboratorio de Análisis Clínicos son cómodas y acogedoras.	✓		✓		✓		✓		
2	El Laboratorio de Análisis Clínicos tiene equipos y nuevas tecnologías de apariencia moderna.	✓		✓		✓		✓		
3	Los medios de comunicación empleados en el Laboratorio de Análisis Clínicos para la atención al cliente son los adecuados.	✓		✓		✓		✓		
4	Los colaboradores del Laboratorio de Análisis Clínicos proyectan una imagen limpia.	✓		✓		✓		✓		
5	Los colaboradores presentan una presencia formal y pertinente.	✓		✓		✓		✓		

- 1 Se entiende sin dificultad el enunciado del ítem.
- 2 El ítem tiene relación con el constructo.
- 3 El ítem tal como está redactado favorece la elección de una misma opción de respuesta sea quien sea el sujeto que conteste el ítem.
- 4 El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo.

**INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO
(JUICIO DEL EXPERTO)
CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO**

N	Dimensión II: FIABILIDAD	Claridad ¹		Congruencia ²		Tendenciosidad ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
6	Los colaboradores del Laboratorio de Análisis Clínicos son capaces de solucionar un problema suscitado durante la prestación de sus servicios.	✓		✓		✓		✓		
7	En el Laboratorio de Análisis Clínicos cuando prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	✓		✓		✓		✓		
8	Los colaboradores se esmeran por cumplir con todos los servicios ofrecidos.	✓		✓		✓		✓		
9	Cuando tengo una duda o problema, los colaboradores del Laboratorio de Análisis Clínicos muestran un sincero interés en ayudarme.	✓		✓		✓		✓		
10	Los colaboradores me ayudan a solucionar oportunamente un reclamo.	✓		✓		✓		✓		

- 1 Se entiende sin dificultad el enunciado del ítem.
- 2 El ítem tiene relación con el constructo.
- 3 El ítem tal como está redactado favorece la elección de una misma opción de respuesta sea quien sea el sujeto que conteste el ítem.
- 4 El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo.

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO (JUICIO DEL EXPERTO) CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

N	Dimensión III: CAPACIDAD DE RESPUESTA	Claridad1		Congruencia2		Tendenciosidad3		Dominio del constructo4		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
11	Los colaboradores del Laboratorio de Análisis Clínicos me brindan un servicio oportuno.	✓		✓		✓		✓		
12	Existe disposición de los colaboradores a la hora de brindar el servicio.	✓		✓		✓		✓		
13	Los colaboradores del Laboratorio de Análisis Clínicos muestran una buena actitud por brindar un buen servicio.	✓		✓		✓		✓		
14	Los colaboradores del Laboratorio de Análisis Clínicos cumplen con mis expectativas.	✓		✓		✓		✓		
15	En el Laboratorio de Análisis Clínicos brindan un servicio rápido y oportuno.	✓		✓		✓		✓		

- 1 Se entiende sin dificultad el enunciado del ítem.
- 2 El ítem tiene relación con el constructo.
- 3 El ítem tal como está redactado favorece la elección de una misma opción de respuesta sea quien sea el sujeto que conteste el ítem.
- 4 El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo.

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO (JUICIO DEL EXPERTO) CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

N	Dimensión IV: SEGURIDAD	Claridad1		Congruencia2		Tendenciosidad3		Dominio del constructo4		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
16	El centro de análisis clínico inspira confianza y seguridad para realizar mis análisis.	✓		✓		✓		✓		
17	El comportamiento de los colaboradores transmite confianza y seguridad en la realización de sus funciones.	✓		✓		✓		✓		
18	Usted siente credibilidad sobre los resultados de sus análisis análisis clínicos realizados en la institución.	✓		✓		✓		✓		
19	Los resultados son entregados en un sobre personalizado con mi nombre y eso me transmite credibilidad en la institución	✓		✓		✓		✓		
20	Las instalaciones de la institución son seguras para los usuarios y colaboradores.	✓		✓		✓		✓		

- 1 Se entiende sin dificultad el enunciado del ítem.
- 2 El ítem tiene relación con el constructo.
- 3 El ítem tal como está redactado favorece la elección de una misma opción de respuesta sea quien sea el sujeto que conteste el ítem.
- 4 El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo.

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO (JUICIO DEL EXPERTO) CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO

N	Dimensión V: EMPATÍA	Claridad1		Congruencia2		Tendenciosidad3		Dominio del constructo4		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
21	El Laboratorio de Análisis Clínicos tiene un horario accesible o adecuado de atención.	✓		✓		✓		✓		
22	En el Laboratorio de Análisis Clínicos brindan una atención personalizada.	✓		✓		✓		✓		
23	En el Laboratorio de Análisis Clínicos hacen un seguimiento personalizado (visita domiciliaria, llamada telefónica, etc), cuando no he asistido a recoger mis análisis.	✓		✓		✓		✓		
24	Los colaboradores comprenden el servicio que usted requiere.	✓		✓		✓		✓		
25	Los colaboradores buscan lo mejor para los intereses de los usuarios o clientes.	✓		✓		✓		✓		

- 1 Se entiende sin dificultad el enunciado del ítem.
- 2 El ítem tiene relación con el constructo.
- 3 El ítem tal como está redactado favorece la elección de una misma opción de respuesta sea quien sea el sujeto que conteste el ítem.
- 4 El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo.

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

EL presente cuestionario tiene como finalidad evaluar la Calidad de Servicio, la misma será aplicada a los clientes de un centro de análisis clínicos de Pacasmayo.

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta a no los criterios propuestos y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: _____ Fecha actual: 02/12/2018

Nombres y apellidos del Juez: NANCY MERCEDES SOTO DEZA

Institución donde labora: UNT

Años de experiencia profesional o científica: 20

Firma: [Firma]
12642942

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

EL presente cuestionario tiene como finalidad evaluar la Calidad de Servicio, la misma será aplicada a los clientes de un centro de análisis clínicos de Pacasmayo.

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta a no los criterios propuestos y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: _____ Fecha actual: 16 de junio 2018

Nombres y apellidos del Juez: Luis Pedro Plando Lora

Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL DE TACNA

Años de experiencia profesional o científica: 30

Firma: [Firma]

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

EL presente cuestionario tiene como finalidad evaluar la Calidad de Servicio, la misma será aplicada a los clientes de un centro de análisis clínicos de Pacasmayo.

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta a no los criterios propuestos y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: _____ Fecha actual: 08/12/2018

Nombres y apellidos del Juez: Marcos Alejandro Robles Lora

Institución donde labora: _____

Años de experiencia profesional o científica: 5 años

Firma: [Firma]
Marcos A. Robles Lora
ING. INDUSTRIAL
R. CIP. 162358