



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

INGENIERIA EN MERCADOTECNIA

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN MARKETING**

**TEMA: “MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE
EDUCACIÓN A DISTANCIA DE LAS CARRERAS DEL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO APLICANDO EL
MODELO SERVQUAL”**

AUTOR: MARCIA VALERIA MUÑOZ AGUIRRE

DIRECTOR: INGENIERO. EDISON POZO

CODIRECTOR: INGENIERA ROSARIO PINEDA

SANGOLQUÍ

2015

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICADO

Ing. Edison Pozo - Ing. Rosario Pineda

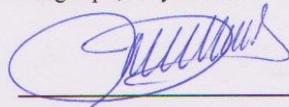
CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA DE LAS CARRERAS DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO APLICANDO EL MODELO SERVQUAL” realizado por Marcia Valeria Muñoz Aguirre, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE.

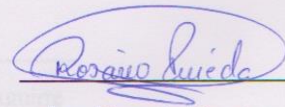
Debido a que la tesis contiene datos importantes sobre el nivel de calidad del servicio que se oferta a los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE) del departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio modalidad a distancia, se recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto los cuales contienen los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF). Autorizan a Marcia Valeria Muñoz Aguirre que lo entregue al Ingeniero Marco Soasti, en su calidad de Director de la Carrera

Sangolquí, Mayo 2015



Ing. Edison Pozo
DIRECTOR



Ing. Rosario Pineda
CODIRECTORA

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

MARCIA VALERIA MUÑOZ AGUIRRE

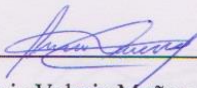
Yo, Marcia Valeria Muñoz Aguirre

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA DE LAS CARRERAS DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO APLICANDO EL MODELO SERVQUAL” ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas de autor que constan en cada uno de los capítulos correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, Mayo 2015



Marcia Valeria Muñoz Aguirre

DEDICATORIA

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS –ESPE

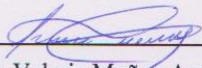
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Yo, Marcia Valeria Muñoz Aguirre

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del denominado “MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA DE LAS CARRERAS DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO APLICANDO EL MODELO SERVQUAL” cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolqui, Mayo 2015



Marcia Valeria Muñoz Aguirre

DEDICATORIA

El presente trabajo es fruto de un esfuerzo constante donde termina una etapa en mi vida.

Este trabajo y todo lo que implica se lo dedico principalmente a mis padres Carlos y Ninfa quienes fueron mi apoyo constante de amor, cariño, comprensión que con sus consejos y ejemplo me ayudaron a formar mi carácter y por ende a perseguir mis sueños y metas.

A mi esposo Alexander por estar ahí conmigo brindándome su amor y compañía en los buenos y malos momentos, por impulsarme a que este trabajo haya culminado, además por ser un pilar básico en mi vida que me motiva cada día.

Por ultimo dedico a este trabajo a mis hermanos, amigas y a todos quienes fueron parte de este proceso.

Marcia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios quien me ha llenado de muchas bendiciones y me ha permitido alcanzar un sueño más y culminar esta etapa de mi vida

A mis padres por su apoyo incondicional.

A mi esposo por su amor y cariño que me brinda cada día.

A mi tutor, Ing. Edison Pozo quien solvento todas mis inquietudes y requerimientos cuando los necesitaba, gracias por sus conocimientos brindados en todos estos meses y guiar así el camino de culminación con mi trabajo de titulación.

A mi tutora, Ing. Rosario Pineda quien me ayudo con el levantamiento de datos fundamentales para la tesis, además por brindarme el tiempo necesario para solventar mis dudas e inquietudes que me ayudaron al proceso de culminación de mi carrera.

A mis amigas Alba, Katherin y Nathaly por estar ahí en todo mi proceso y poder contar con ellas en todo momento.

Marcia

Contenido

| | |
|---|--------------------------------------|
| CERTIFICADO | ¡Error! Marcador no definido. |
| DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD | ¡Error! Marcador no definido. |
| AUTORIZACIÓN | ¡Error! Marcador no definido. |
| DEDICATORIA | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| <i>CAPITULO I</i> | 1 |
| 1.1. Introducción | 1 |
| 1.2. Planteamiento del problema..... | 4 |
| 1.3. Objetivos | 6 |
| 1.3.1. Objetivo general..... | 6 |
| 1.3.2. Objetivos específicos | 6 |
| 1.4. Hipótesis | 6 |
| 1.5. Metodología | 7 |
| 1.5.1. Tipo de investigación..... | 7 |
| 1.5.2. Diseño de la investigación | 7 |
| 1.6. Diseño Muestral | 8 |
| 1.6.1. Población..... | 8 |
| 1.6.2. Técnica de muestreo..... | 8 |
| 1.7. Fuentes de información | 8 |
| 1.8. Técnicas de investigación | 10 |
| <i>CAPITULO II</i> | 13 |
| 2.1. Introducción | 13 |
| 2.2. Datos relevantes del estudio..... | 13 |
| 2.3. Estudios Relacionados | 18 |
| 2.3.2. Modelo del “Service Profit Chain” (SPC) | 22 |
| 2.3.3. Medida de la calidad producida | 23 |
| 2.3.4. Modelo SERVQUAL..... | 23 |
| 2.4. Conceptos Teóricos de la Investigación..... | 25 |
| 2.4.1. El Cliente | 25 |
| 2.4.2. Tipos de Clientes..... | 25 |

| | |
|--|----|
| 2.4.3. El servicio | 26 |
| 2.4.5. Investigación de Mercados..... | 27 |
| 2.4.6. Tipos de Investigación | 27 |
| 2.4.7. Fuentes de Información..... | 28 |
| 2.5. Métodos de investigación..... | 29 |
| 2.6. Plan de Muestreo..... | 29 |
| 2.7. Análisis crítico y comparativo | 33 |
| CAPITULO III..... | 35 |
| MARCO METODOLÓGICO..... | 35 |
| 3.1 Introducción | 35 |
| 3.2 Población objetivo del estudio | 35 |
| 3.3 Técnica de Muestreo | 35 |
| 3.3.1 Muestreo probabilístico..... | 35 |
| 3.3.2 Muestreo aleatorio estratificado..... | 36 |
| 3.4 Estudio de la Investigación | 37 |
| 3.4.1 Problema | 37 |
| 3.4.2 Objetivos de la Investigación..... | 37 |
| 3.4.2.1. Objetivo General..... | 38 |
| 3.5 <i>Matriz de Operacionalización de variables</i> | 38 |
| Preguntas del Focus Group | 69 |
| Fuentes de Información..... | 72 |
| Dimensiones de la calidad del servicio aplicando el Modelo SERVQUAL..... | 73 |
| 3.7 Técnica o instrumento..... | 79 |
| Dimensiones del Modelo SERVQUAL | 80 |
| 3.8.1 El Cuestionario SERVQUAL | 81 |
| 3.8.2 Resultados del Cuestionario del Modelo SERVQUAL | 81 |
| 3.8.3 Aplicaciones del Modelo SERVQUAL | 82 |
| 3.8.4 Instrumentos de recopilación de datos | 83 |
| 3.9 Plan de recopilación de datos..... | 87 |
| 3.9.3. Calendario de la recopilación y levantamiento de datos | 87 |
| 3.9.5. Tamaño de la muestra | 90 |
| 3.10 Plan de procesamiento de la información | 92 |

| | | |
|--------------------|--|-----|
| 3.10.1 | Codificación | 92 |
| 3.11 | Software de procesamiento de datos | 95 |
| 3.12 | Ingreso de la información | 95 |
| 3.12.1 | Identificación de gráficos estadísticos | 95 |
| 3.13. | Plan de análisis e interpretación de datos..... | 95 |
| CAPITULO IV | | 97 |
| MARCO EMPÍRICO | | 97 |
| 4.1 | EJECUCIÓN DE LOS MÉTODOS CUANTITATIVOS..... | 97 |
| 4.1.1 | Análisis de variables socioeconómicas y demográficas..... | 97 |
| 4.3. | ANÁLISIS BIVARIADO | 111 |
| 4.3.1. | Análisis bivariado por detalle de dimensión | 111 |
| 4.3.2. | Análisis bi-variado por variables de dimensiones..... | 120 |
| 4.3.3. | Análisis bi variado para centro de apoyo Sangolquí..... | 141 |
| 4.3.4. | Informe final de análisis bi-variado | 154 |
| CAPITULO V | | 155 |
| 5.1. | Aplicación del modelo SERVQUAL para todos los estudiantes del DCEAC..... | 155 |
| 5.1.1. | Percepciones | 155 |
| 5.1.2. | Expectativas | 160 |
| 5.2. | Ejecución del análisis y síntesis de la información..... | 167 |
| 5.2.1. | Ejecución del Modelo SERVQUAL..... | 167 |
| 5.3.1. | Percepciones centro de apoyo Sangolquí..... | 171 |
| 5.4. | Hipótesis | 180 |
| CAPITULO VI | | 182 |
| 6.1. | Informe final de Resultados | 182 |
| 6.1.2. | Limitaciones de la investigación (problemas)..... | 184 |
| 6.1.3. | Propuestas | 185 |
| 6.2. | Conclusiones | 191 |
| 6.3. | Recomendaciones | 192 |
| Presupuesto | | 194 |
| Anexos | | 195 |
| Bibliografía | | 199 |

Índice de tablas

| | |
|---|-----|
| Tabla 1: Porcentaje de variable género..... | 99 |
| Tabla 2: Rangos de ingresos por estudiantes | 100 |
| Tabla 3: Porcentajes por tipo de colegio | 102 |
| Tabla 4: Ocupación de los estudiantes dada en porcentajes..... | 103 |
| Tabla 5: Lugar de residencia de los estudiantes en porcentajes..... | 105 |
| Tabla 6: Carrera de los estudiantes dada en porcentajes | 106 |
| Tabla 7: Aspectos para mejorar según los estudiantes | 108 |
| Tabla 8: Cruce de Confiabilidad-Edad | 111 |
| Tabla 9: Cruce de capacidad de respuesta-Edad..... | 113 |
| Tabla 10: Cruce de Seguridad -Edad..... | 114 |
| Tabla 11: Cruce de Seguridad-Género..... | 116 |
| Tabla 12: Cruce de Seguridad-Ingresos..... | 117 |
| Tabla 13: Cruce de Seguridad -Ocupación..... | 118 |
| Tabla 14: Cruce de Capacidad de respuesta-Carrera..... | 119 |
| Tabla 15: Cruce de cumplimiento-Edad | 121 |
| Tabla 16: Cruce de Organización-Edad | 122 |
| Tabla 17: Cruce de Horarios-Edad..... | 123 |
| Tabla 18: Cruce de Atención personalizada-Edad | 125 |
| Tabla 19: Cruce de Organización-Género | 126 |
| Tabla 20: Cruce de Resolución de problemas-Ingresos..... | 127 |
| Tabla 21: Cruce de Atención personalizada-Ingresos | 128 |
| Tabla 22: Cruce de Resolución de problemas-Tipo de colegio | 129 |
| Tabla 23: Cruce de Información-Ocupación | 131 |
| Tabla 24: Cruce de Organización-Lugar de residencia..... | 132 |
| Tabla 25: Cruce de Actitud-Lugar de residencia..... | 133 |
| Tabla 26: Cruce de Información-Carrera..... | 135 |
| Tabla 27: Cruce de Cumplimiento-Carrera | 136 |
| Tabla 28: Cruce de Organización-Carrera | 137 |
| Tabla 29: Cruce de Actitud-Carrera..... | 138 |
| Tabla 30: Cruce de Respuesta oportuna-Carrera..... | 139 |
| Tabla 31: Cruce de Atención personalizada-Carrera | 140 |
| Tabla 32: Cruce de Información-Edad Sangolquí | 142 |
| Tabla 33: Cruce de Cumplimiento-Edad Sangolquí | 143 |
| Tabla 34: Cruce de Organización -Edad Sangolquí | 144 |
| Tabla 35: Cruce de Respuesta oportuna-Edad Sangolquí..... | 145 |
| Tabla 36: Cruce de Horarios-Ingresos mensuales-Edad Sangolquí..... | 146 |
| Tabla 37: Cruce de Problemas-Ocupación Sangolquí | 147 |
| Tabla 38: Cruce de Atención personal-Ocupación Sangolquí | 148 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 39:Cruce de Instalaciones-Carrera Sangolquí | 150 |
| Tabla 40:Cruce de Atención-Carrera Sangolquí | 151 |
| Tabla 41:Cruce de Resolución de problemas-Carrera Sangolquí..... | 152 |
| Tabla 42:Cruce de Atención adecuada-Carrera..... | 153 |
| Tabla 43:Promedio de variables de confiabilidad | 155 |
| Tabla 44:Promedio de variable de tangibilidad | 156 |
| Tabla 45:Promedio de variables de capacidad de respuesta | 157 |
| Tabla 46:Promedio de variables seguridad..... | 158 |
| Tabla 47:Promedio de variables de Empatía..... | 159 |
| Tabla 48:Promedio de variables de Confiabilidad en Expectativa | 161 |
| Tabla 49:Promedio de variables de Tangibilidad en Expectativa..... | 162 |
| Tabla 50:Promedio de variables capacidad de Respuesta en Expectativa | 163 |
| Tabla 51:Promedio de variables Seguridad en Expectativa..... | 164 |
| Tabla 52:Promedio de variables de Empatía en Expectativa | 165 |
| Tabla 53:Resultados del nivel de calidad por subdimensiones basadas en percepciones y expectativas | 168 |
| Tabla 54:Resultados de Nivel de calidad por dimensión | 169 |
| Tabla 55:Promedio de variables de confiabilidad Sangolquí | 172 |
| Tabla 56:Promedio de variables de tangibilidad Sangolquí | 173 |
| Tabla 57:Promedio de variable de capacidad de respuesta Sangolquí | 174 |
| Tabla 58:Promedio de variables de seguridad Sangolquí | 175 |
| Tabla 59:Promedio de variables de Seguridad Empatía | 175 |
| Tabla 60:Nivel de calidad por dimensión del Centro de apoyo Sangolquí | 178 |

Índice de Figuras

| | |
|--|-----|
| Figura 1: Las diez expectativas claves | 17 |
| Figura 2: Instituciones de educación superior por año de creación..... | 19 |
| Figura 3: Nueva propuesta institucional para el sistema de Educación Superior..... | 20 |
| Figura 4: Escala de Kasset..... | 21 |
| Figura 5: Elementos del Service Profit Chain | 23 |
| Figura 6: Modelo de medición de satisfacción de los clientes | 24 |
| Figura 7: Operacionalización de las variables..... | 39 |
| Figura 8: Rangos de edades de estudiantes | 98 |
| Figura 9.Porcentaje de variable género..... | 99 |
| Figura 10. Rangos de ingresos de los estudiantes..... | 101 |
| Figura 11. Porcentaje de los tipos de colegios de los estudiantes..... | 102 |
| Figura 12. Ocupación de los estudiantes dada en porcentajes..... | 104 |
| Figura 13. Lugar de residencia de los estudiantes dada en porcentajes..... | 105 |

| | |
|--|-----|
| Figura 14. Carrera de los estudiantes dada en porcentajes | 107 |
| Figura 15. Cruce de Confiabilidad-Edad | 112 |
| Figura 16. Cruce de Edad – Capacidad de respuesta | 113 |
| Figura 17. Cruce Seguridad que le ofrece la universidad- Edad..... | 115 |
| Figura 18. Cruce de Seguridad que ofrece la universidad-Género..... | 116 |
| Figura 19. Cruce de Género – Seguridad que ofrece la universidad | 117 |
| Figura 20. Cruce de Seguridad que ofrece la universidad - Ocupación..... | 119 |
| Figura 21. Cruce de Carrera - Capacidad de respuesta..... | 120 |
| Figura 22. Cruce de cumplimiento – Edad..... | 121 |
| Figura 23. Cruce de organización y edad | 123 |
| Figura 24. Cruce de edad y Horarios..... | 124 |
| Figura 25. Cruce de edad y atención personalizada | 125 |
| Figura 26. Cruce de organización y género | 126 |
| Figura 27. Cruce de resolución de problemas- Ingresos..... | 127 |
| Figura 28. Cruce de género y atención personalizada | 129 |
| Figura 29. Cruce de resolución de problemas y tipo de colegio..... | 130 |
| Figura 30. Cruce de Información-Ocupación..... | 132 |
| Figura 31. Cruce de Organización- Lugar de residencia | 133 |
| Figura 32. Cruce de Actitud-Lugar de residencia..... | 134 |
| Figura 33. Cruce de carrera- Información | 135 |
| Figura 34. Cruce de carrera- Cumplimiento..... | 136 |
| Figura 35. Cruce de Organización-Carrera..... | 137 |
| Figura 36. Cruce de Actitud - Carrera..... | 138 |
| Figura 37. Cruce de Respuesta oportuna -Carrera | 139 |
| Figura 38. Cruce de Atención personalizada -Carrera..... | 141 |
| Figura 39. Cruce de Información centro de apoyo Sangolquí-Edad..... | 142 |
| Figura 40. Cruce de Edad-Cumplimiento centro de apoyo Sangolquí | 143 |
| Figura 41. Cruce de Organización centro de apoyo Sangolquí –Edad | 144 |
| Figura 42. Cruce de Edad-Respuesta oportuna centro de apoyo Sangolquí..... | 145 |
| Figura 43. Cruce de Horarios centro de apoyo Sangolquí-Ingresos mensuales | 146 |
| Figura 44. Cruce Problemas centro de apoyo Sangolquí –Ocupación | 148 |
| Figura 45. Cruce de Atención personal centro de apoyo Sangolquí –Ocupación | 149 |
| Figura 46. Cruce de Instalaciones centro de apoyo Sangolquí –Carrera | 150 |
| Figura 47. Cruce de Atención centro de apoyo Sangolquí-Carrea | 151 |
| Figura 48. Cruce de Resolución de Problemas centro de apoyo Sangolquí –Carrera . | 152 |
| Figura 49. Cruce de Atención adecuada centro de apoyo –Carrera | 153 |
| Figura 50. Dimensión confiabilidad | 155 |
| Figura 51. Dimensión tangibles..... | 156 |
| Figura 52. Dimensión capacidad de respuesta | 157 |
| Figura 53. Resumen dimensión seguridad | 158 |

| | |
|--|-----|
| Figura 54. Resumen dimensión empatía..... | 159 |
| Figura 55. Dimensiones en percepciones..... | 160 |
| Figura 56. Resumen dimensión confiabilidad..... | 161 |
| Figura 57. Resumen dimensión tangibilidad..... | 162 |
| Figura 58. Resumen dimensión capacidad de respuesta..... | 163 |
| Figura 59. Resumen dimensión seguridad..... | 164 |
| Figura 60. Resumen dimensión empatía..... | 165 |
| Figura 61. Dimensiones en expectativas..... | 166 |
| Figura 62. Gráfica general entre percepciones y expectativas..... | 167 |
| Figura 63. Nivel de calidad del servicio | 170 |
| Figura 64. Nivel de calidad | 171 |
| Figura 65. Dimensión confiabilidad | 172 |
| Figura 66. Dimensión tangible | 173 |
| Figura 67. Dimensión capacidad de respuesta | 174 |
| Figura 68. Resumen dimensión seguridad | 175 |
| Figura 69. Resumen dimensión empatía..... | 176 |
| Figura 70. Dimensiones en percepciones del centro de apoyo Sangolquí | 176 |
| Figura 71. Gráfica general entre percepciones y expectativas..... | 177 |
| Figura 72. Nivel de calidad del servicio del centro de apoyo Sangolquí | 178 |
| Figura 73. Nivel de calidad | 179 |

Indice de Cuadros

| | |
|---|----|
| Cuadro 1: Fuentes de información primaria..... | 9 |
| Cuadro 2: Fuentes de información secundaria..... | 10 |
| Cuadro 3: Medición de la calidad del servicio | 40 |
| Cuadro 4: Variables a medir | 41 |
| Cuadro 5: Definición de las variables..... | 43 |
| Cuadro 6: Necesidades de la información | 47 |
| Cuadro 7: Matriz de planteamiento del cuestionario | 49 |
| Cuadro 8: Preguntas focus Group..... | 73 |
| Cuadro 9: Dimensiones de la calidad del servicio | 78 |
| Cuadro 10: Matriz de datos secundarios..... | 80 |
| Cuadro 11: Dimensiones del modelo SERVQUAL | 84 |
| Cuadro 12: Tabla de calificaciones | 88 |
| Cuadro 13: Horarios para la aplicación del cuestionario | 88 |
| Cuadro 14: Horarios para la aplicación del focus group | 89 |
| Cuadro 15: Estudiantes por centro de apoyo | 91 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro 16:Muestreo estratificado por centro de apoyo | 93 |
| Cuadro 17:Matriz de datos demográficos | 94 |
| Cuadro 18:Codificación preguntas | 109 |
| Cuadro 19:Promediospor dimensioón de Confiabilidad..... | 195 |
| Cuadro 20:Promedios por pregunta dimensión de tangibilidad | 196 |
| Cuadro 21:Promedios por pregunta dimensión Capacidad de respuesta | 197 |
| Cuadro 22: Promedios por pregunta dimensión Seguridad | 198 |
| Cuadro 23: Promedios por pregunta dimensión Empatía..... | 198 |

RESUMEN

La presente investigación tuvo la finalidad de medir el nivel de calidad del servicio que se oferta actualmente en la Universidad de las fuerzas Armadas (ESPE) dirigido a los estudiantes de educación a distancia del departamento de ciencias económicas administrativas y de comercio, aplicando el modelo “SERVQUAL” basada en sus cinco dimensiones con la finalidad de obtener aspectos fundamentales en los que se debe mejorar, ya que actualmente se está viviendo una etapa de transformación del sistema de educación superior en el Ecuador, lo cual hace que las universidades traten de mejorar la calidad de su servicio y a su vez la calidad educativa. En la investigación se utilizó el muestreo estratificado donde se obtuvo el número de estudiantes a encuestar por centro de apoyo las cuales se realizó en los días de exámenes presenciales con la información obtenida se analizó tanto las percepciones como expectativas a través, donde se pudo obtener que los estudiantes tenían mayores expectativas acerca del servicio que iban a recibir, existen algunos factores con mayores brechas del servicio como los equipos, la información que reciben entre otros especificados en la presente investigación que se los toma como los principales factores a mejorar, la carrera con mayor insatisfacción es la carrera de Finanzas, al analizar por todos los centros de apoyo se pudo obtener brechas del servicio en todo los aspectos, pero en el centro de apoyo Sangolquí es donde se obtuvo mayores brechas del servicio. Por lo cual las acciones para mejorar el servicio deben dirigirse primordialmente a la carrera de Finanzas y el centro de apoyo Sangolquí.

Palabras claves

- CALIDAD EN EL SERVICIO
- MODELO SERVQUAL
- SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR
- CEAACES
- ACREDITACIÓN

SUMMARY

The present investigation was done with the purpose to measure the service quality level offered by "Universidad de las Fuerzas Armadas" and directed to distance mode education students of economical science administrative and commerce, applying and base on the five dimensions of "SERVQUAL" to gather fundamental information that need to be improved due to the transition that is ongoing in the superior educational system in Ecuador and is forcing universities to continuously improve in service and education quality offered to its students. The number of students to be surveyed by the support centers was obtained through the method called "stratified sampling" and the survey took place when the students presented their tests. With the information gathered, both perceptions and expectations from students were analyzed. The results reflected higher expectations regarding service quality received, there were factors identified with this problem related to lack of equipment, technology and specialized workers to provide the service and information expected by the students that will be deeply described and analyzed in this investigation and are taken as the main factors to improved.

The career with the lowest grade of satisfaction was Finance, this resulted after the analysis of results from all support centers that reflected gaps of service quality in many aspects, but "Sangolquí" support center which is the biggest by number of students presented most of the deficiencies founded in the present investigation. Therefore actions to improve service quality should be directed primarily to the Finance career and "Sangolquí" support center.

Keywords:

- SERVICE QUALITY
- SERVQUAL MODEL
- SUPERIOR EDUCATIONAL SYSTEMS
- CEAACES
- ACCREDITATION

CAPITULO I

1.1. Introducción

El sistema de educación superior es un reto que adquiere mayor importancia debido al avance tecnológico alrededor del mundo y en el país cada vez adquiere mayor fuerza por las nuevas regulaciones en el sistema de educación superior haciendo que cada vez más se exija un sistema educativo de calidad.

“En el Ecuador existen 72 universidades y escuelas politécnicas; 35 son privadas (49%), 9 privadas cofinanciadas (12%) y 28 son públicas (39%). Es decir, actualmente la mayoría de las universidades son privadas. Según Esteves y Oleas (2008), Entre 1994 y el 2008 el número de universidades privadas crece en un 91%, frente a un aumento de las universidades públicas de 28%. En el año 2008, la matrícula universitaria es presencial en su mayoría 80.59%, un 8.34% de estudiantes semi-presenciales y un 11.07% de matriculados a distancia. Según tipo de universidades, la pública se mantiene como institución fundamentalmente presencial 86.07% de los alumnos”¹

Si bien es cierto solamente existe un 11.07% de matriculados a distancia en el país, esta cifra indica claramente que existe una mayor preferencia por el estudio presencial a nivel del Ecuador.

El sistema de educación a distancia en la ESPE fue creado “el 17 de Diciembre de 1987, por parte del Consejo Politécnico de la misma, mediante resolución de Rectorado No. 097, crea el Instituto de Educación a Distancia (INED), y sus primeras actividades

¹ <http://www.flacsoandes.org>

se iniciaron el 8 de abril de 1988”² Dando así inicio a un nuevo sistema de educación que permite a los estudiantes lograr obtener un título profesional con un método de estudio virtual que permite mayor flexibilidad en horarios, haciendo que estudiantes que trabajan o quienes tienen obligaciones que no les permite asistir a un horario de clases puedan obtener las mismas oportunidades de estudios que un estudiante en horario regular o de educación presencial.

“La promesa de una revolución educativa parece estar llegando. La aparición de cursos gratuitos, online y con el respaldo de algunas de las universidades más prestigiosas del mundo está cambiando el tradicional paradigma de enseñanza”³

“La Unidad de Educación a Distancia, UED, de la Escuela Politécnica del Ejército, es un sistema educativo implementado y desarrollado como una alternativa educativa tendiente a coadyuvar en la calidad académica necesaria para el desarrollo del país, mediante la incorporación de un modelo educativo que se proyecta hacia el logro de altos estándares de calidad en la gestión de la educación superior”⁴

En el departamento DCEAC modalidad a distancia se oferta las siguientes carreras:

- Ingeniera en finanzas y auditoria
- Ingeniería comercial
- Ingeniería en Mercadotecnia
- Tecnología en administración micro empresarial
- Tecnología en administración turística

² <http://www.espe.edu.ec/>

³ <http://ried.utpl.edu.ec/sites/default/files/file/ried-v17-1.pdf>

⁴ <http://ued.espe.edu.ec/>

- Tecnología en Marketing-Publicidad
- Tecnología en secretariado ejecutivo

Según la a ley orgánica de educación superior en su Art. 5.- Derechos de las y los estudiantes.- establece que “son derechos de las y los estudiantes acceder a una educación superior de calidad y pertinente, que permita iniciar una carrera académica y/o profesional en igualdad de oportunidades”

Con la finalidad de dar cumplimiento a los derechos de los y las estudiantes existe la obligación por parte del Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación (CONEA) de elaborar un informe técnico sobre el nivel de desempeño de educación superior que acredita a aquellas Universidades o escuelas Politécnicas que dan cumplimiento a las exigencias de educación superior en ámbito académico, democrático, tecnológico y de investigación.

Es uno de los principales objetivos del gobierno fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía establecido en el plan del buen vivir y para esto se establece varios parámetros para lograr este objetivo:

- **Calidad**

El Consejo de Evaluación, Acreditación y aseguramiento de la calidad de la educación superior (CEAACES) debe observar el cumplimiento de los estándares mínimos de calidad de las instituciones de educación superior en coordinación con las demás instituciones del sistema Nacional de Educación con la finalidad de lograr una excelencia académica. (Plan nacional del buen vivir)

- **Docentes**

En cumplimiento a la ley orgánica de Educación Superior, los docentes universitarios deben acreditar un título de cuarto nivel para ejercer sus actividades académicas, salvo excepciones vigentes en la normativa. . (Plan nacional del buen vivir)

La calidad de la educación superior es un pilar básico para el desarrollo de una sociedad más productiva y el propio desarrollo humano por tal motivo la educación de modalidad a distancia debe mostrar el mismo nivel que una educación presencial para que exista el total desarrollo de esa sociedad.

La Universidad de las fuerzas armadas (ESPE) ha sido categorizada aun en categoría A lo cual indica que sigue el cumplimiento de las exigencias requeridas por el CONEA.

1.2. Planteamiento del problema

La calidad del servicio y el entorno en las universidades influencia directamente en la motivación, fidelidad que tienen los estudiantes y estos pueden generar una imagen positiva o negativa hacia la sociedad.

En el ámbito laboral existe cada vez mayor competencia debido a la internacionalización de la oferta académica cada vez más los estudiantes prefieren la preparación académica en el exterior además que el gobierno se ha convertido en uno de los principales motivadores para esta elección debido a las becas académicas y motivaciones económicas que se está otorgando.

Por tanto para las universidades a nivel nacional deberían plantearse el reto del mejoramiento de la calidad académica con todas las implicaciones que esto conlleva, la educación superior ecuatoriana si bien es cierto ha tenido una notable transformación en estos últimos años pero aún ninguna universidad del Ecuador ha llegado ni siquiera a los primeros 100 puestos del ranking de universidades a nivel de Latinoamérica según la QS

world university rankings. Los primeros lugares se llevan universidades de países como Brasil, Argentina entre otros. Por tanto es importante el mejorar la calidad educativa y sobrepasar las expectativas de los estudiantes con la finalidad de llegar a establecer a la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE como una de las mejores universidades a nivel de Latinoamérica.

La Universidad de las Fuerzas Armadas establece la entrega de una educación de calidad basada en estándares que ayudan al desarrollo de la condición humana y de un pensamiento divergente y creador por tal motivo la presente investigación ayudara a medir el nivel de calidad que se otorga a los estudiantes del DCEAC modalidad a distancia.

Además permitirá conocer por parte de los estudiantes la conformidad o inconformidad que se tiene por el servicio ofrecido, no solo de la formación académica sino también de los demás servicios complementarios de la institución, además que ayudara a establecer factores satisfactorios e insatisfactorias con la finalidad de evaluar y mejorar la calidad del servicio.

“La calidad es una palabra de naturaleza subjetiva, es una apreciación que cada individuo tiene dependiendo de sus expectativas y experiencias” (Nava, 2005)

Por tanto para la medición de la calidad se empleara el modelo SERVQUAL que se basa en cinco dimensiones de la calidad como son: la Tangibilidad, la empatía, la confiabilidad, seguridad y capacidad de respuesta que son aspectos importantes que permitirán evaluar la calidad de servicio y el nivel de satisfacción que tienen los estudiantes de las carreras a distancia del departamento objeto de estudio

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Medir la calidad del servicio de educación a distancia del DCEAC aplicando el modelo SERVQUAL.

1.3.2. Objetivos específicos

- Elaborar el marco teórico que sirva como soporte para la medición de la calidad del servicio en la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE.
- Establecer el proceso metodológico adecuado para la realización del estudio de la calidad del servicio que se oferta en las carreras a distancia del departamento.
- Aplicar el Modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio de las carreras a distancia del DACEC.
- Elaborar conclusiones y recomendaciones acerca del tema de estudio para ayudar al mejoramiento de la calidad del servicio del DACEC modalidad a distancia.

1.4. Hipótesis

14.1. Los estudiantes de las carreras a distancia del departamento objeto de estudio se encuentran insatisfechos con el servicio recibido.

14.2. Los estudiantes de las carreras a distancia del departamento tienen una percepción menor a las expectativas que estos tenían antes de entrar a la universidad,

14.3. Se otorga poca información de los procesos académicos y extracurriculares a los estudiantes de las de las carreras a distancia del departamento.

14.4. Los docentes y herramientas de apoyo brindan un entorno adecuado para el desarrollo académico de los estudiantes de las carreras de a distancia del departamento.

1.5. Metodología

1.5.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación será cuantitativa que ayudara a expresar los datos de forma numérica mediante el análisis estadístico de los mismos.

1.5.2. Diseño de la investigación

1.5.2.1. Investigación exploratoria

Se empezara realizando una investigación exploratoria, ya que se desconoce del tema lo cual permitirá obtener una comprensión mayor del tema como:

- El entorno actual de la educación superior en el país
- Los servicios educativos de la universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE
- El perfil actual de los estudiantes de la unidad de educación a distancias del DCEAC.

Entre otros datos importantes para el desarrollo del estudio.

1.5.2.2. Investigación concluyente

Con esta investigación se va a lograr medir el nivel de calidad del servicio educativo modalidad a distancia del departamento de ciencias económicas, administrativas y de comercio de la Universidad de las Fuerzas armadas-ESPE lo que permitirá obtener conclusiones que ayudaran a la toma de decisiones para las acciones correctivas.

1.5.2.3. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se aplicara en el estudio ya que nos ayudara a obtener mayores características del tema, además que permitirá establecer la relación entre las variables.

1.6. Diseño Muestral

1.6.1. Población

“Una población es la suma de datos de todos los elementos que comparten algún conjunto común de características y que constituyen el universo para los propósitos de los problemas de la investigación”. (Malhotra 2008)

La población objeto de estudio para la medición de la calidad del servicio será los estudiantes del departamento de ciencias económicas, administrativas y de comercio modalidad a distancia de todos los centros de apoyo del país.

1.6.2. Técnica de muestreo

1.6.2.1. Muestreo probabilístico

El muestreo probabilístico se aplicara para la investigación lo que permitirá obtener información aleatoria de la población en función del criterio personal del investigador.

1.6.2.2. El muestreo estratificado

Este tipo de muestreo permitirá realizar el cuestionario SERVQUAL a una población dividida en estratos o subgrupos con características similares los cuales son los estudiantes a distancia del DCEAC. Conformado por las carreras de ingeniería en finanzas, comercial y marketing.

1.7. Fuentes de información

En la investigación se obtendrá información a partir de fuentes primarias y secundarias.

1.7.1. Fuentes de información primaria

Al conocer que las fuentes de información primarias son aquellas que son originadas de manera específica por el investigador, se empleará:

Cuadro 1

Fuentes de Información primaria

| Tipo | Fuente |
|----------------------------|---|
| Observación directa | Comportamiento de los estudiantes de modalidad a distancia del DCEAC. |
| Encuestas | Estudiantes de modalidad a distancia del DCEAC. |
| Focus Group | Se empleara un focus group para obtener la información de las expectativas de los estudiantes. |
| Entrevistas | Las entrevistas se realizarán a directores, profesores de las carreras de educación a distancia del departamento de estudio |

1.7.2. Fuentes de información secundarias

Partiendo de que las fuentes de información secundarias son aquellas que se han recolectado anteriormente para fines distintos y que estos datos se pueden obtener de manera rápida y poco costosa, se hará uso de:

Cuadro 2

Fuentes de información secundarias

| Tipo | Fuente |
|---------------------------|--|
| Textos/ Documentos | <ul style="list-style-type: none"> ○ Internet ○ Ley orgánica de educación superior ○ CONEA ○ Tesis de aplicación del modelo SERVQUAL |
| Revistas | <ul style="list-style-type: none"> ○ Ekos ○ Líderes ○ Vistazo |
| Libros | <ul style="list-style-type: none"> ○ Marketing de servicios ○ Gestión de la calidad ○ Metodología de la Investigación |

1.8. Técnicas de investigación

- **Entrevista:** Se utilizara esta técnica porque es una forma de obtener información de los directores, profesores acerca de cuál es su perspectiva del servicio ofrecido proporcionara una idea más clara sobre cómo ven el servicio que estos ofrecen y permitirá comparar con los datos obtenidos de las encuestas.
- **Encuesta:** Esta es la principal técnica de investigación que proporcionara los datos más importantes de la misma, las encuestas se basaran en el cuestionario del modelo SERVQUAL que permitirá así medir el nivel de calidad del servicio y la satisfacción que tienen los estudiantes por el servicio recibido.

- **Observación directa:** analizar el servicio de educación a distancia que se oferta en la ESPE

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1.Introducción

En el segundo capítulo se analizará el marco conceptual y teórico de la presente investigación.

En esta sección se dará una ampliación de los temas relacionados con el cliente, el servicio al cliente, la investigación de mercados, comportamiento del consumidor, la calidad del servicio y el modelo SERVQUAL el cual se va a aplicar para la medición de la calidad del servicio.

2.2.Datos relevantes del estudio

2.2.1. Investigación de Mercados

“La investigación de mercados desempeña dos papeles importantes en el sistema de marketing. En primer lugar como parte de retroalimentación de la información de marketing. La investigación de mercados les proporciona a quienes toman las decisiones datos sobre la efectividad de la mezcla de marketing. En segundo lugar es una herramienta básica para explorar nuevas oportunidades.” (Carl, 2005)

La investigación de mercados “especifica información que se requiere para analizar temas, diseñar técnicas para recabar información, dirigir y aplicar procesos de recopilación de datos, analizar resultados y comunicar los hallazgos y sus implicaciones”. (Malhotra 2008 pg 7.)

Por tanto la investigación de mercados se convierte en la principal herramienta de los mercadólogos para la obtención de datos e información relevante de clientes y demás.

2.2.2. Comportamiento del consumidor

El propósito se centra en incrementar y favorecer la habilidad para comprender el porqué de las decisiones individuales y como el comportamiento es influido por un conjunto amplio de factores. (Kotler, 2003)

“Es importante que los mercadólogos entiendan que la forma en que un consumidor selecciona una marca. Esta información puede ayudar al mercadólogo a determinar las estrategias adecuadas para motivar a los consumidores a comprar una marca en lugar de otra.”⁵

Obtener información sobre el comportamiento del consumidor ayudado de la investigación de mercados nos permite un mejor entendimiento sobre las preferencias y comportamientos de los consumidores por tanto se debe tener claro el prospecto de consumidor para la obtención de información.

2.2.3. Herramientas de la calidad

Calidad

En la actualidad cada vez son más las organizaciones que quieren otorgar productos o servicios de calidad porque así la sociedad lo exige. En el Ecuador ya existe una ley orgánica de defensa al consumidor en pro del mismo garantizando que los

⁵ (Principios de marketing y sus mejores prácticas, 3ra ed); páginas 176 - 178

consumidores puedan exigir sus derechos de obtener los beneficios que se les ofrece con el bien o servicio y para el caso de las instituciones educativas de nivel superior existe el CONEA para velar por una educación de calidad.

La calidad tiene un impacto directo sobre el desempeño de los productos o servicios, por tanto está íntimamente ligada con el valor para los clientes y su satisfacción. (Kotler, 2003)

2.2.4. Marketing de servicios

Para hablar un poco más sobre el marketing de servicios primero se obtiene el concepto de servicios estos son actos intangibles que generan beneficio para quien los recibe cuando este servicio es de calidad se convierte en satisfacción hacia el cliente.

Se ha identificado una serie de características asociadas a la prestación y comercialización del servicio intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad a partir de las cuales se define la singularidad del marketing de servicios (Aguirre, 2005)

2.2.5. Calidad de servicio

En los puntos anteriores se pudo analizar que es la calidad y el servicio y por tanto al unir estos dos conceptos tenemos:

“Que la gestión de la calidad afecta la totalidad de la empresa y es el patrón director de todas las decisiones y actuaciones de la misma. La calidad del servicio y por

tanto la satisfacción de los usuarios se ve definido en las diferentes fases de su prestación:

- Antes de la aceptación de las condiciones del servicio y durante la recogida de información sobre las mismas.
- Por la imagen que transmite la empresa de servicios en sus manifestaciones externas, a través de sus empleados, instalaciones etc.
- Y cuando se hace uso del servicio por todas sus prestaciones.”⁶

Si se desea realizar un trabajo de alta calidad para un cliente, es crucial que conozca el problema que el cliente piensa que se le resolverá. (Cottle, 1991)

El cliente es quien evalúa la calidad del servicio por medio de su satisfacción por lo tanto para obtener la calidad del servicio tenemos la siguiente formula.

| |
|--|
| Calidad del servicio= satisfacción del cliente=percepciones-expectativas |
|--|

Percepciones: En función de la prestación de los servicios.

Expectativas: Las predicciones hechas por los consumidores sobre lo que ocurrirá durante la transacción inminente. (Valarie A. Zeithaml, 1992)

Por tanto la percepción siempre debe ser mayor a las expectativas que tenía el cliente para lograr la satisfacción del cliente.

⁶ Aguirre, M. S. (2005). Marketing en sectores específicos. In M. S. Aguirre, *Marketing en sectores específicos* (pp. 101-126). Madrid: Ediciones Piramide.

Expectativas de los clientes

Las expectativas constituyen las dimensiones claves en que un cliente o usuario del servicio evalúan al mismo.

En la figura siguiente se muestran los principales elementos de expectativas de los clientes.

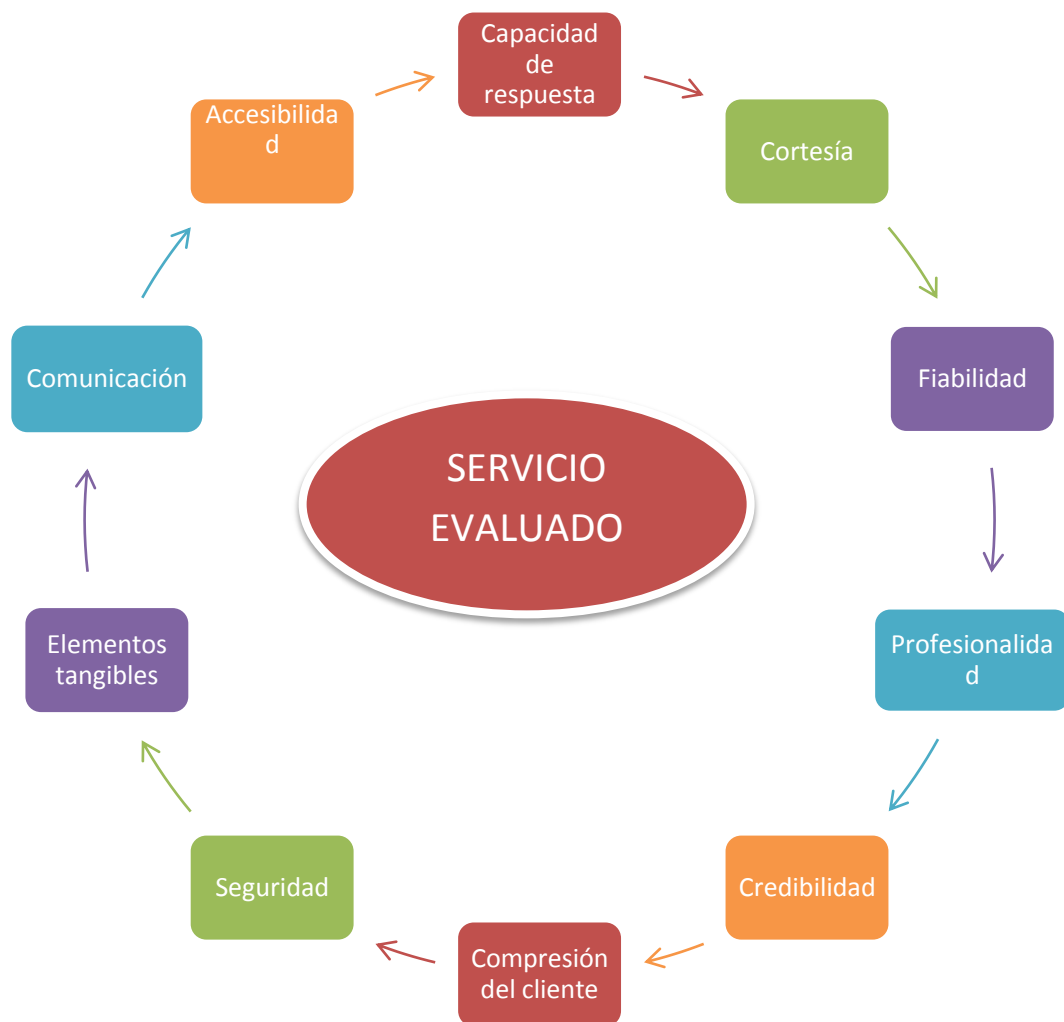


Figura 1: Las diez expectativas claves

Fuente: "Expectativas de los clientes" <https://portal.uah.es>

2.3. Estudios Relacionados

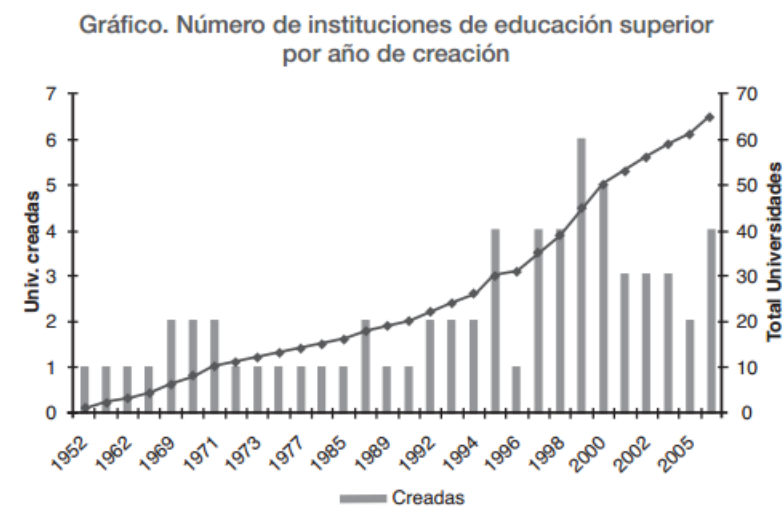
Toda la base del marketing de servicios nace a partir del marketing tradicional ya que se pudo obtener que las técnicas que se debían aplicar se diferenciaron en ciertos aspectos ya que los mismos conceptos del tradicional marketing no eran aplicables a los servicios y por tal motivo nace el marketing de servicios y poco a poco se han ido creado marketing para los distintos sectores.

“Los servicios proporcionan la parte más importante de la riqueza y, en muchos países, son una fuente fundamental de empleo y de exportaciones. El auge de los servicios continuará en un futuro próximo. Es poco probable que un negocio pueda tener éxito si no fundamenta su estrategia competitiva en los servicios.” (Fundamentos de Marketing de Servicios (K Douglas Hoffman))

La calidad es un factor fundamental en todos los tipos de organización y actualmente la calidad en el servicio de educación pública superior también está siendo un tema relevante ya que una educación de calidad es la base fundamental para el progreso de un país.

Según un estudio realizado sobre la transformación en la educación superior del Ecuador se pudo obtener que la educación superior no cumpliera ni siquiera con los requerimientos de un país cuya base económica se respaldaba en productos agrícolas, y la extracción de petróleo. Se pudo encontrar que alguna de las universidades ni siquiera contaba con la autorización legal del CONESUP en ese año el ministerio de la educación pública del Ecuador.

Se puede observar en la gráfica que en los años de 1998 al 2000 fue donde más se creó instituciones de educación superior que aunque no tuvieran las condiciones favorables para su creación podían ser creadas. Lo cual indicaba que no se tenía criterios aptos para su constitución y por consecuencia una calidad educativa inexistente.

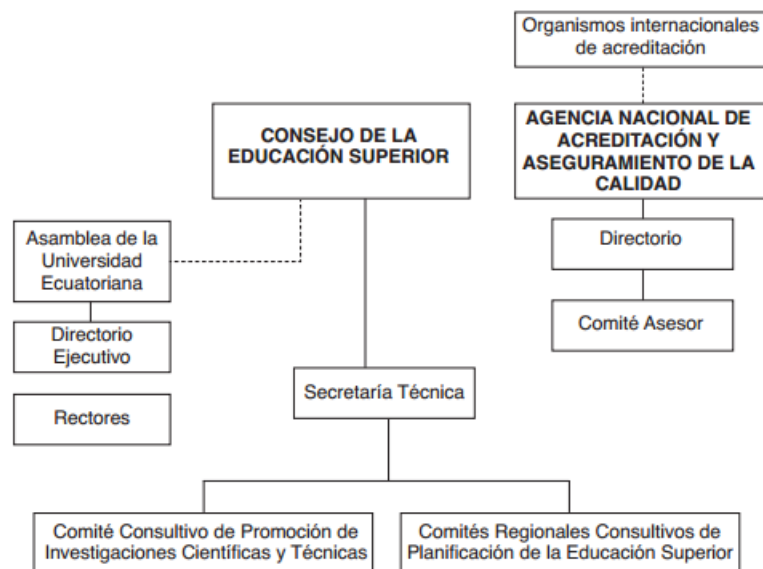


Elaboración propia en base a datos CONESUP, 2008.

Figura 2: Instituciones de educación superior por año de creación

Fuente: (RAMIREZ & MINTEGUIACA, 2009) Recuperado de www.calu.me

Cuadro. Nueva propuesta institucional para el Sistema de Educación Superior



Elaboración propia en base a SENPLADES, 2009b.

Figura 3: Nueva propuesta institucional para el sistema de Educación Superior

Fuente: (RAMIREZ & MINTEGUIACA, 2009) Recuperado de www.calu.me

Lo que se trata con esta nueva propuesta es dar un giro a la educación superior del Ecuador con mayores regulaciones para poder otorgar una educación de calidad.

2.3.1. La Ecuación de la calidad

Los clientes miden el servicio en función de lo que ellos esperaban recibir.

La diferencia entre las expectativas y lo que ellos recibieron puede tener varios resultados negativo, neutro o positivo se puede interpretar lo obtenido con la siguiente figura:

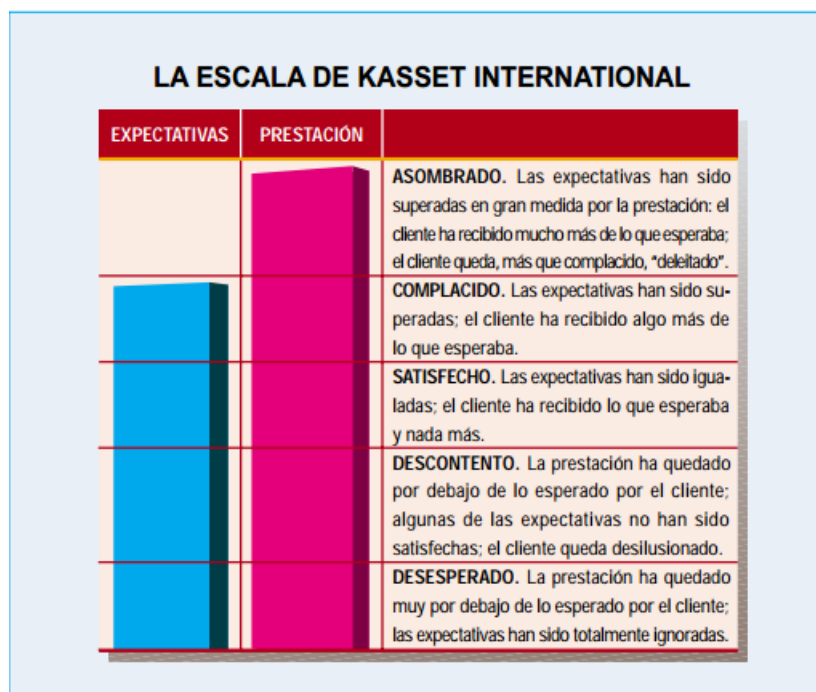


Figura 4: Escala de Kasset

Fuente: (ISMI, 2001) Recuperado de www.tatum.es

“Tom Peters, en *Thriving on Chaos* (Alfred A. Knopf, Nueva York) expresa la misma idea con una fórmula diferente:

$$SC = E1/E2$$

SC= satisfacción del cliente

E1=servicio que se entrega a los clientes

E2= las expectativas de los clientes”⁷

⁷ <http://www.tatum.es>

Los servicios que se entregan deben ser mayores siempre a las expectativas de los clientes para obtener experiencias positivas acerca del servicio.

2.3.2. Modelo del “Service Profit Chain” (SPC)

La importancia de ofrecer un servicio de calidad ha sido el motivo de estudio de muchos investigadores, y de ello se ha derivado el interés por desarrollar modelos que permitan su compleja medición. Uno de los trabajos más importantes acerca de la calidad en los servicios es el modelo del “Service Profit Chain” (SPC), que es un modelo de gestión para empresas de servicio desarrollado en la década de los 80´ realizado por los autores Heskeett, Sasser y Schlesinger, miembros de la Harvard Business School, e investigadores de la gestión de servicios. Este modelo combina estrategias para la creación de valor del servicio mediante la satisfacción y fidelización de los clientes y la satisfacción y productividad de los empleados. En general, el SPC es una herramienta utilizada por las empresas para ayudar a concentrar sus esfuerzos por lograr mejorar continuamente la calidad de sus servicios. Además, establecen relaciones entre un conjunto de variables que tienen más que ver con los clientes, con otro conjunto de variables más relacionadas con el funcionamiento interno de la empresa, como capacidad, lealtad, satisfacción y productividad de los empleados. Es una herramienta utilizada por las empresas para ayudar a concentrar sus esfuerzos por lograr mejorar continuamente la calidad de sus servicios.⁸

En la siguiente figura se puede observar la interrelación entre los elementos de este modelo.

⁸ <http://www.ucema.edu.ar/>

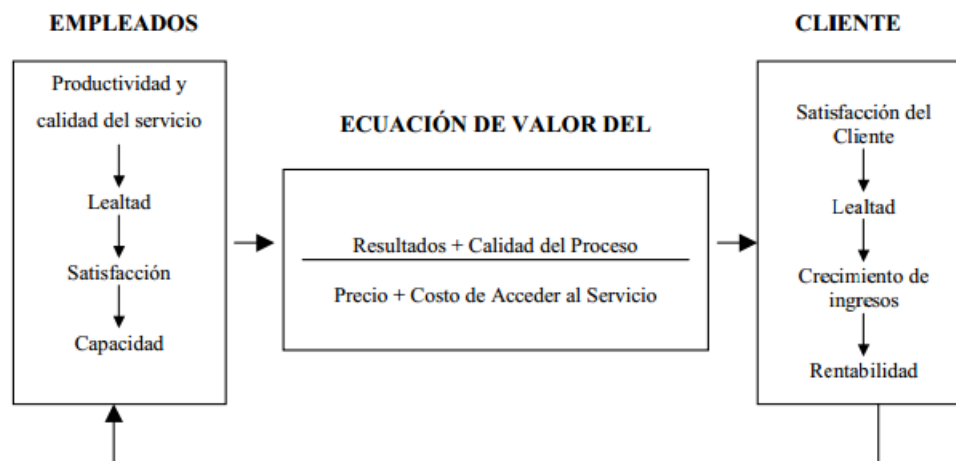


Figura 5: Elementos del Service Profit Chain

Fuente: Universidad del CEMA Recuperado de www.ucema.edu.ar

2.3.3. Medida de la calidad producida

“La calidad producida (entregada) por el operador puede ser únicamente evaluada de forma cuantitativa a través del análisis de una pequeña cantidad de aspectos tangibles tales como puntualidad, fiabilidad, velocidad comercial, accidentabilidad. Etc. y muchos otros aspectos que influyen en la calidad del servicio”⁹

Este es un método aplicado en el ámbito del servicio de aviación pero también ha sido adaptado a las necesidades de otros servicios.

2.3.4. Modelo SERVQUAL

⁹ <http://www.fundacioncetmo.org/>

Otro de los trabajos que ha tomado gran importancia, especialmente en Estados Unidos, es el desarrollado por Parasuraman, Zeitham y Berry (1998) el modelo SERVQUAL.

Los autores proponen un instrumento representado por un cuestionario, para medir la calidad de un servicio con la escala SERVQUAL basada principalmente en la diferencia entre las percepciones y expectativas de los clientes con respecto a las dimensiones más importantes de un servicio en particular. Los resultados que presenta el modelo pueden entonces servir como pauta para determinar los costos de la mala calidad en los servicios, y el valor de las inversiones que pueden hacer tanto económicas y humanas con el fin de mejorar la calidad.



Figura 6: Modelo de medición de satisfacción de los clientes

Fuente: Boletín de calidad 2011 Recuperado de <http://abc-calidad.blogspot.com/>

¿Que obtenemos a través del SERVQUAL?

- Índice de Calidad del Servicio (ISC).
- Lo que desean los consumidores.

- Lo que encuentran los consumidores
- Las lagunas de insatisfacción
- Ordena los defectos de calidad

2.4. Conceptos Teóricos de la Investigación

2.4.1. El Cliente

La definición histórica tradicional dice que “un cliente es aquella persona que recibe un servicio o bien, a cambio de alguna compensación monetaria”. Todos nosotros, recibimos de las empresas, un bien o un servicio, y si nos fidelizamos, la empresa lo caracteriza ya como un cliente. (Domínguez 2006)

“Para que un cliente se fidelice a un producto

O servicio, se requiere la presencia de un valor agregado: un buen servicio, o dicho de otra forma, que exista calidad en el servicio”. (Domínguez 2006)

En la mayoría de organizaciones tratan de establecer que el cliente es primero en el caso de la educación no se considera al estudiante como el cliente si no como el usuario del servicio y por tanto este es quien debe estar satisfecho con este además de la sociedad en general.

2.4.2. Tipos de Clientes

Los clientes se dividen en dos tipos y ambos deben estar satisfechos con lo que la empresa u organización les ofrece:

- **Cliente interno:** “Lo representa el personal que labora en la empresa”. (Domínguez 2006)

- **Ciente externo:** “Lo representan los intermediarios que directamente tienen relación con la empresa y hacia los cuales deben dirigirse las acciones estratégicas”. (Domínguez 2006)

2.4.3. El servicio

Los servicios se definen "Como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" (Stanton, Etzel y Walker)

2.4.4. Las características de los servicios:

La intangibilidad: Esta es una de las principales características de los servicios que no se puede percibir con los sentidos el mismo, lo cual la parte de convencer al consumidor se hace un tare más difícil. Por lo cual es muy importante que las personas que se encuentran directamente relacionadas con el servicio proyecten una imagen positiva que motive a la dedición de compra.

La inseparabilidad de los servicios: Este elemento resulta un inconveniente ya que se debe tener un personal realmente preparado y adaptado para ofrecer el servicio porque influncian directamente en la satisfacción o insatisfacción de los clientes.

La heterogeneidad de los servicios: Debido a que es el factor humano que se encuentra directamente involucrado con la prestación del servicio se tiene que el servicio “Está sujeto a factores tan variables y difíciles de controlar como son el estado de animo de la persona que atiende al cliente, su empatía, su capacidad para adaptarse al nivel

sociocultural de cada cliente”¹⁰. Por tanto resulta difícil tener un servicio estandarizado en todo momento.

La caducidad de los servicios: Mucho de los servicios resulta ser por tiempos cíclicos temporadas que hacen que cuando terminen estas exista una capacidad subutilizada en los servicios por lo que se debe establecer la capacidad necesaria que no afecte en temporadas de alta demanda.

2.4.5. Investigación de Mercados

“La principal utilidad de la investigación de mercados se basa en su capacidad para reducir la incertidumbre a que se enfrenta el directivo de marketing.” (Vasquez, 2008)

2.4.6. Tipos de Investigación

2.4.6.1. Investigación Descriptiva

“El propósito de la investigación descriptiva es describir la situación prevaleciente en el momento de realizar el estudio” (Salkind, 1999).

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más

¹⁰ Aguirre, M. S. (2005). Marketing en sectores específicos. In M. S. Aguirre, *Marketing en sectores específicos* (pp. 101-126). Madrid: Ediciones Piramide.

variables.

Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (Meyer 1998).

La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta sobre los datos obtenidos.

2.4.6.2. Investigación exploratoria

Tiene como objetivo principal brindar información, ideas y conocimientos sobre la situación del problema que enfrenta el investigador. Para lo cual se puede emplear los siguientes métodos: (Malhotra 2008 p. 81)

2.4.6.3. Investigación causal

“Su propósito es identificar relaciones causa-efecto ante un determinado echo o situación, como puede ser influencia de una campaña de promoción sobre las ventas de un área de mercado”. (Vasquez, 2008)

2.4.7. Fuentes de Información

Las fuentes de información se dividen en dos:

- **Fuentes Primarias:** primarias son aquellas que son originadas de manera específica por el investigador

- **Fuentes Secundarias:** Partiendo de que las fuentes de información secundarias son aquellas que se han recolectado anteriormente para fines distintos y que estos datos se pueden obtener de manera rápida y poco costosa.

2.5.Métodos de investigación

Los principales métodos de investigación son los siguientes:

- **Observación:** La observación es una técnica que permite obtener información mediante el registro de las características o comportamiento de un colectivo de individuos o elementos sin establecer un proceso de comunicación y por tanto sin la necesidad de colaboración por parte del colectivo analizado. (Nogales, 2004)
- **Encuesta:** La encuesta es una de las técnicas más utilizadas ya que se puede obtener mayor información acerca de aspectos específicos.

2.6.Plan de Muestreo

Tiene por objetivo suministrar información sobre las características relevantes de un producto o servicio ya sea que se quiera lanzar un nuevo producto al mercado o se trate de investigar sobre la satisfacción que se entrega al cliente. El plan de muestreo permite diseñar un procedimiento factible para la investigación.

2.6.1. Población

“La población es la recolección de elementos u objetos que poseen la información buscada por el investigador y acerca de las cuales se deben realizar las deducciones”. La población se la debe definir de forma precisa identificando las características y lo común que mantenga esta población a estudio. (Malhotra 2008)

2.6.2. Muestra

“Es un elemento o unidad disponible para selección de una etapa de proceso representada por lo población” (Malhotra 2008)

2.6.3. Proceso de diseño del muestreo

“El diseño de muestreo comienza con la especificación clara de la población objetivo la cual consiste en la recolección de elementos que poseen la información buscada por el investigador y de los cuales se deberán realizar los supuestos”. (Malhotra 2008)

Población objetivo: debe definirse en términos de elementos, unidades de muestreo, extensión y tiempo. (Malhotra 2008)

Elemento: por lo general suele ser el encuestado, ya que es él el objeto sobre el cual se desea tener la información en una investigación. (Malhotra 2008)

Unidad de muestreo: es un elemento, o unidad que contiene el elemento, disponible para selección en alguna etapa del proceso de muestreo. Para lo cual antes se escoge el método indicado para que todas las personas tengan la misma probabilidad de ser escogidas. (Malhotra 2008)

2.6.4. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra representa el número de elementos que se incluirá en el estudio. (Malhotra 2008)

Para buscar el tamaño de la muestra existen varias fórmulas para cada estimador, fórmulas que se encuentran relacionadas y que el tamaño de la muestra da un resultado similar. Para lo cual la fórmula se aplica tomando en cuenta el tamaño de la muestra y de acuerdo con el tipo de población. (Mantilla 2006.)

Estas pueden ser:

Infinita: “Cuando no se sabe el número exacto de unidades del que está compuesta la población.” (Mantilla 2006 p. 41)

Finita: “Cuando se conoce cuantos elementos tiene la población”. (Mantilla 2006 p. 41)

2.6.5. Técnicas de Muestreo

Procedimiento de muestreo: una vez que se haya establecido una muestra representativa de la población, se procede a la selección de la técnica del muestreo estos pueden ser:

2.6.5.1. Muestreo Probabilístico

“Es el procedimiento de muestreo en el que cada elemento de la población tiene una oportunidad probabilística fija de ser seleccionado para la muestra”. Estas unidades de muestreo se seleccionan por casualidad. (Malhotra 2008)

- Muestreo aleatorio simple: cada elemento de la población tiene la misma posibilidad de ser seleccionado
- Muestreo sistemático: la muestra se elige seleccionando un punto de inicio aleatorio, para luego elegir cada n elementos
- Muestreo estratificado: en este muestreo se utiliza un proceso de dos etapas para dividir a la población en subpoblaciones o estratos y estos a su vez se seleccionan aleatoriamente.
- Muestreo por conglomerados: primero se divide a la muestra en subpoblaciones llamadas conglomerados y luego se escoge los elementos de cada conglomerado aplicando otra técnica probabilística

2.6.5.2. Muestreo no probabilístico

“Este muestreo es una técnica de muestreo que no utiliza procedimientos de selección por casualidad, se basa en el juicio personal del investigador”. (Malhotra 2008)

- Muestreo por conveniencia: es una técnica de muestreo que depende del encuestador donde se busca una muestra de elementos convenientes. Muestreo

por juicio: es una forma de muestreo donde la muestra se elige sobre la base de conocimientos que el investigador.

- Muestreo por juicio: Es una forma de muestreo por conveniencia que depende netamente del juicio del investigador.
- Muestreo de bola de nieve: Tiene por objetivo suministrar información sobre las características relevantes de un producto o servicio ya sea que se quiera lanzar un nuevo producto al mercado o se trate de investigar sobre la satisfacción que se entrega al cliente.

El plan de muestreo permite diseñar un procedimiento factible para la investigación.

2.7. Análisis crítico y comparativo

La medición de la calidad de los servicios y por ende la satisfacción del mismo es un tanto más compleja que obtener información acerca de la satisfacción de un producto el cual se lo puede tocar, probar y evaluar.

En el caso de los servicios que son intangibles se puede tener varios puntos de vista ya que este se lo evalúa de forma subjetiva.

Analizando algunas herramientas y métodos para la medición de los servicios se pudo obtener que el modelo Service Profit Chain es un método que comparte algunos elementos con el modelo SERVQUAL, este modelo analiza variables que tiene que ver

con el cliente y así también variables internas de la empresa, donde las entradas del proceso son los empleados y si existe una calidad en el servicio se va a obtener satisfacción del cliente, lealtad, crecimiento en ingresos y rentabilidad por otra parte en el modelo SERVQUAL se establece un cuestionario para evaluar las cinco dimensiones en las que se evalúa la calidad del servicio lo que permite tener una idea más clara de los aspectos relevantes a evaluar. Actualmente este es uno de los métodos más utilizados para la medición de la calidad en los servicios.

Es muy importante que las expectativas del servicio sean menores a las recibidas para que así exista satisfacción del cliente ya que este evalúa en función de lo que esperaba recibir.

Para tener servicios de calidad una empresa debe estandarizar estos y lograr que no exista variabilidad en el mismo, el talento humano o quienes están relacionados directamente con este juegan el papel principal para lograr que un cliente se encuentre satisfecho con el mismo.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Introducción

En el tercer capítulo se procederá a realizar toda la investigación de mercados de la presente investigación que servirá de pilar fundamental para la evaluación del servicio ofertado en el departamento de ciencias, económicas, administrativas y de comercio en la modalidad a distancia de la ESPE.

3.2 Población objetivo del estudio

“Una población es la suma de datos de todos los elementos que comparten algún conjunto común de características y que constituyen el universo para los propósitos de los problemas de la investigación”. (Malhotra 2008)

La población que será objeto de estudio, son todos los estudiantes de educación a distancia del departamento de ciencias económicas administrativas y de comercio de la Universidad de las fuerzas armadas(ESPE), considerando a las carreras de marketing, comercial y finanzas de todos los centros de apoyo.

3.3 Técnica de Muestreo

3.3.1 Muestreo probabilístico

“El muestreo probabilístico es una técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados.”¹¹

Se escoge el tipo de muestreo probabilístico ya que se buscara otorgar la misma probabilidad de ser escogidos a todos los subgrupos de la población. La encuesta se realizara a todos los centros de apoyo del país los días de las evaluaciones presenciales del DCEAC. Siendo estos una población con características similares y bajo las mismas condiciones se utilizara la técnica de muestreo aleatorio estratificado. Para poder obtener una porción de cada población.

3.3.2 Muestreo aleatorio estratificado

“Una muestra aleatoria estratificada es la obtenida mediante la separación de los elementos de la población en grupos no solapados, llamados estratos, y la selección posterior de una muestra irrestricta aleatoria simple de cada estrato” (Richard L. Scheaffer, 2007)

Este tipo de muestreo permitirá dividir a toda la población en subgrupos garantizando que la distribución de la población sea en grupos iguales ya que se tiene la población dividida por centros de apoyo.

3.3.3. Muestreo aleatorio simple

“En esta técnica, cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado como sujeto. Todo el proceso de toma de muestras se realiza en un paso, en

¹¹ <https://explorable.com/es/muestreo-probabilistico>

donde cada sujeto es seleccionado independientemente de los otros miembros de la población.”¹²

También se aplicara muestreo aleatorio simple para cada subgrupo obtenido del muestreo estratificado lo que permitirá obtener el número de estudiantes a quienes se realizara la encuesta.

Por lo tanto bajo estas definiciones y considerando que el Modelo que se va aplicar en la investigación para medir el nivel de calidad será el Modelo SERVQUAL, donde su principal función es medir la satisfacción o calidad del servicio que se oferta actualmente a sus estudiantes.

3.4 Estudio de la Investigación

3.4.1 Problema

Actualmente no existe mecanismo para medir la calidad del servicio que se entrega a los estudiantes de modalidad a distancia del departamento de ciencias, económicas administrativas y de comercio con la presente investigación se pretende medir y conocer el grado de satisfacción del servicio que se entrega a los estudiantes de este departamento.

3.4.2 Objetivos de la Investigación

El presente estudio se realizara para lograr los siguientes objetivos:

¹² <https://explorable.com/es/muestreo-aleatorio>

3.4.2.1. Objetivo General

- Medir el grado de satisfacción y percepción del servicio que se oferta a los estudiantes de educación a distancia del departamento de ciencias económicas, administrativas y de comercio de la ESPE por medio de la metodología de investigación del Modelo SERVQUAL para el levantamiento de datos

3.4.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar las características socioeconómicas, demográficas y el comportamiento de los estudiantes a distancia del DCEAC en la ESPE
- Medir los niveles de satisfacción de los estudiantes a distancia del DCEAC en la ESPE mediante la aplicación del modelo SERVQUAL utilizando las cinco dimensiones: Tangibilidad, Confiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía.
- Establecer cuál es la percepción que tienen los estudiantes a distancia del DCEAC en la ESPE.

3.5 Matriz de Operacionalización de variables

Para la matriz de Operacionalización de variables se utilizara la Tabla de Apoyo-Construct

MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

39

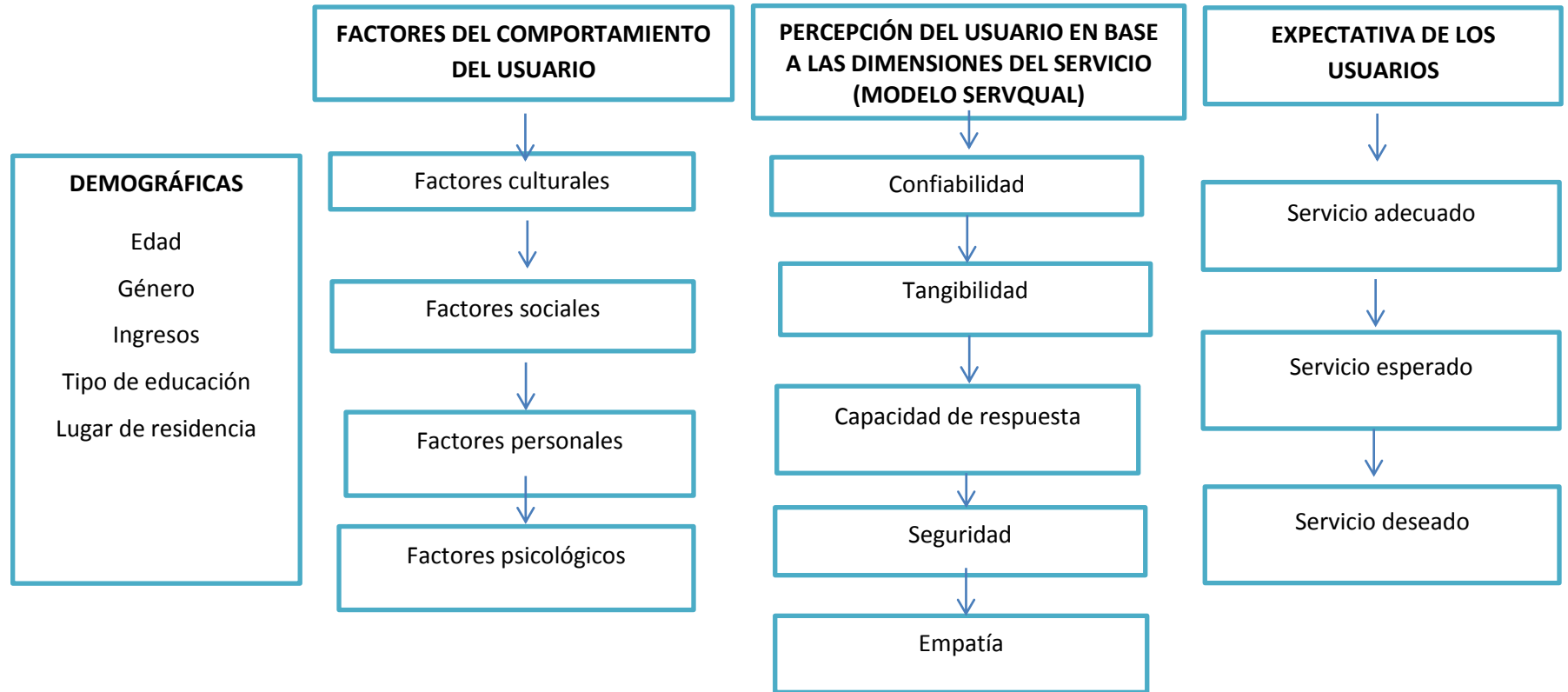


Figura 7: Operacionalización de las variables

Cuadro 3

Medición de la calidad del servicio

| Nombre del constructo | Definición | Dimensiones | Definición de las dimensiones |
|--|--|--|---|
| Medición de la calidad del servicio | Es la medición del desempeño que está realizando la organización para beneficio y satisfacción del cliente por medio del servicio que se ofrece. | Características del usuario | Características únicas del usuario |
| | | Comportamiento del consumidor | Es la forma en como un individuo se comporta en base a factores individuales de cada persona o grupo de personas. |
| | | Percepción del servicio aplicando el modelo SERVQUAL | Es cuando el cliente ya hizo uso del servicio y puede evaluar si este es bueno o malo en base a las dimensiones del modelo SERVQUAL |
| | | Expectativas de los usuarios | Las expectativas constituyen el parámetro con el que los clientes miden la calidad de un servicio. |

CONTINÚA



Cuadro 4***Variables a medir***

| Dimensiones | Sub-dimensiones | Definición de la sub-dimensión |
|---|-----------------------|---|
| Características del usuario | Demográfica | Características de la población |
| | | |
| Comportamiento del consumidor | Factores culturales | Deseos y conductas de una persona basados en percepciones y conducta familiar |
| | Factores sociales | consumidor también recibe la influencia de los factores sociales como sus pequeños grupos, su familia, sus roles sociales y estatus |
| | Factores personales | Las decisiones de los consumidores también se ven afectadas por características personales. |
| | Factores psicológicos | Los factores psicológicos influyen directamente en el comportamiento de compra de un cliente. |
| Percepción del servicio aplicando el modelo SERVQUAL | Confiabilidad | El servicio prestado cumple con lo prometido. |
| | Tangibilidad | Son los elementos tangibles que son partes del servicio. |

CONTINÚA

| | | |
|-------------------------------------|------------------------|---|
| Expectativas de los usuarios | Capacidad de respuesta | Es la rapidez con la que se da el servicio. |
| | Seguridad | Es la habilidad con la que se transmite confianza al cliente mediante la garantía del servicio. |
| | Empatía | Es la conexión sólida entre los administradores del servicio y el usuario |
| | Servicio adecuado | Lo mínimo que un cliente espera recibir en el servicio. |
| | Servicio esperado | Es aquel servicio que el cliente espera recibir. |
| | Servicio deseado | Es lo máximo del servicio que espera el cliente |

Cuadro 5***Definición de las variables***

| Sub-dimensiones | Variables | Definición de las variables |
|----------------------------|---------------------|---|
| Demográfica | Edad | Edad que tienen los estudiantes |
| | Genero | Genero de los estudiantes objeto de estudio |
| | Ingresos | Ingresos mensuales de cada estudiante. |
| | Tipo de educación | Tipo de educación de bachillerato ya sea particular, fiscal o fisco misional |
| | Miembros por hogar | Los miembros por hogar de cada estudiante. |
| | Lugar de residencia | Lugar de residencia de los estudiantes objeto de estudio. |
| Factores culturales | Clase social | Son divisiones relativas de una sociedad. |
| | Subcultura | Grupos de personas que comparten sistemas de valores basados en experiencias y situaciones comunes. |
| Factores sociales | Ocupación | La ocupación influye en los servicios o productos que compran las personas. |

CONTINÚA



| Sub-dimensiones | Variables | Definición de las variables |
|------------------------------|------------------------------|---|
| Factores personales | Estilo de vida | Es un perfil como actúa o interactúa cada persona basado en la clase social y ocupación. |
| | Personalidad y auto concepto | Características psicológicas únicas rasgos o conductas que generan respuestas en un entorno individual. |
| Factores psicológicos | Motivación | Es una necesidad que adquiere un gran impulso para buscar satisfacerla. |
| | Percepción | Es el proceso por el cual las personas seleccionan, organizan e interpretan un producto o servicio. |
| Confiabilidad | Información al usuario | Toda la información otorgada para que se haga uso del servicio. |
| | Interés | Es la disposición que se tiene frente al usuario del servicio. |
| | Control | Evaluación periódica de los procesos realizados en el establecimiento. |
| | Cumplimiento | Es la promesa de compra que cumplió con lo prometido. |
| Tangibilidad | Instalaciones | El lugar donde se suele otorgar el servicio |

CONTINÚA



| Sub-dimensiones | Variables | Definición de las variables |
|-------------------------------|----------------------------|---|
| | Equipos y tecnología | Son todos los equipos y tecnologías disponibles para brindar el servicio |
| | Organización | Todos los procedimientos sistemáticamente ordenados. |
| | Materiales | Todos los materiales que son empleados para la entrega del servicio. |
| | Presentación del personal | La pulcritud y apariencia personal de cada empleado |
| Capacidad de respuesta | Actitud y disposición | Es la postura en como las personas actúan frente al servicio |
| | Seguridad en la respuesta | Confianza que se brinda en una respuesta. |
| | Seguridad en el servicio | Confianza del servicio |
| | Cantidad de empleados | Número de empleados que hacen parte del servicio. |
| | Rapidez | Es la velocidad o agilidad con la que se da respuesta a los requerimientos del cliente. |
| Seguridad | Integridad de las personas | Comportamiento de las personas de realizar las cosas de forma correcta |

CONTINÚA



| Sub-dimensiones | Variables | Definición de las variables |
|-----------------|----------------------------------|---|
| | Seguridad en las instalaciones | Confianza que brinda la infraestructura del establecimiento |
| | Tranquilidad | Calma o confianza del servicio a recibido o a recibir. |
| Empatía | Horarios pertinentes | Horarios flexibles para los usuarios. |
| | Conocimientos de las necesidades | Información sobre lo que es indispensable para el usuario. |
| | Atención personalizada | Buen trato y servicio eficaz hacia el cliente. |

Cuadro 6

Necesidades de información

| OBJETIVOS ESPECIFICOS | NECESIDADES DE INFORMACION | VARIABLES A MEDIR |
|---|---|--|
| Determinar las características socioeconómicas, demográficas y el comportamiento de los estudiantes a distancia del DCEAC en la ESPE | Conocer el perfil de los usuarios mediante datos demográficos | Edad Género Ingresos Tipo de educación Ocupación Lugar de residencia Factores culturales |
| | Conocer las variables que influyen en el comportamiento de los estudiantes | Factores sociales Factores personales Factores psicológicos |
| Aplicar el Modelo SERVQUAL utilizando las cinco dimensiones: Tangibilidad, Confiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía. | Determinar todas las dimensiones de calidad del modelo para medir la calidad del servicio | Tangibilidad Capacidad de respuesta Confiabilidad Seguridad Empatía |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | NECESIDADES DE INFORMACION | VARIABLES A MEDIR |
|---|--|---------------------------------------|
| Definir los niveles de calidad del servicio que tienen los estudiantes a distancia del DCEAC en la ESPE. | Conocer el servicio que se da a los clientes y que espera del mismo. | Servicio deseado Servicio esperado |

Cuadro 7

Matriz de planteamiento del cuestionario

| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA | |
|--|-----------------------------------|-----------------------|--|-----------------|--------------------------|--------------------------|
| Determinar las características socioeconómicas y demográficas de los estudiantes a distancia del DCEAC en la ESPE | Características Demográficas | Edad | Razón | Edad | Abierta | <input type="checkbox"/> |
| | | Genero | Nominal | Género | Masculino | <input type="checkbox"/> |
| | Ingresos | Intervalo | Cuáles son sus ingresos mensuales | | Femenino | <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 100-200 | <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 201-300 | <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 301-400 | <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Más de 400 | <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Fiscal | <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Particular | <input type="checkbox"/> |
| | Tipo de educación de bachillerato | Nominal | Indique el tipo de colegio donde estudio | Fiscocomisional | <input type="checkbox"/> | |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA |
|-----------------------|-------------------|-----------------------|---------|---------------------------------------|---|
| | | Ocupación | Nominal | Indique a que se dedica actualmente. | Solo estudiar <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Empleado privado <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Empleado público <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Negocio Propio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Ama de casa <input type="checkbox"/> |
| | | Lugar de residencia | Nominal | Indique su lugar de residencia | Norte <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Sur <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Valles <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Otra ciudad <input type="checkbox"/> |
| | | Carrera | Nominal | Indique la carrera a la que pertenece | Marketing <input type="checkbox"/> |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|---------|---|---|--------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| Aplicar el Modelo SERVQUAL utilizando las cinco dimensiones: Tangibilidad, Confiabilidad, Capacidad de Respuesta, | | | | | Finanzas <input type="checkbox"/> Comercial <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | |
| | Confiabilidad | Información al usuario | Ordinal | Se otorga la suficiente información califique cada una de las siguientes: | Para el desarrollo de sus actividades relacionados con la carrera <table border="1" data-bbox="1633 716 2032 997"> <tr><td>1 Tot Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>2 Bast Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>3 Insatisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>4 Ni satisf ni insatis</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>5 Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>6 Bast Satisfact</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>7 Tot Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> | 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> |
| | 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA | |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|---------|---------------------------------------|--|---|
| Seguridad y Empatía. | | | | | El proceso de matriculas | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Proceso de evaluación | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | Cumplimiento | Ordinal | Califique como Director de su carrera | considera que se da cumplimiento a sus requerimientos por parte de cada una de las siguientes: | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|--------|----------|---|
| | | | | | Docentes |
| | | | | | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Secretaria del departamento |
| | | | | | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | La unidad de educación a distancia |
| | | | | | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA | |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|---------|--|-----------------------|---|
| | Tangibilidad | Instalaciones | Ordinal | Califique como considera las instalaciones de: | Baños | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Aulas | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Iluminación | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|---------|---|--|
| | | | | | Laboratorios 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | El departamento de ciencias Económicas, administrativas y de comercio 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | Ordinal | Cuál es su opinión acerca de la limpieza de cada una de las siguientes: | El departamento de ciencias Económicas, administrativas y de comercio 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|--------|------------------------------------|---|
| | | | | Las aulas | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | De los laboratorios de computación | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |

CONTINÚA 

| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|--|---|--------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| | | Equipos y tecnología | Ordinal | Como considera a los equipos de computación de la universidad: | <table border="1"> <tr><td>1 Tot Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>2 Bast Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>3 Insatisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>4 Ni satisf ni insatis</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>5 Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>6 Bast Satisfact</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>7 Tot Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> | 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> |
| 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | Ordinal | La plataforma virtual la considera: | <table border="1"> <tr><td>1 Tot Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>2 Bast Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>3 Insatisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>4 Ni satisf ni insatis</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>5 Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>6 Bast Satisfact</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>7 Tot Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> | 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> |
| 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|---------|--|--|
| | | Materiales | Ordinal | La biblioteca universitaria la considera: | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | Ordinal | Los libros y material teórico designado para la elaboración de sus actividades es: | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | Organización | Ordinal | Cuál es su opinión acerca de la organización que existe en cada una de | En las matriculas 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------|--|---|--------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| | | | | las siguientes: | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | En los trámites realizados con el director de su carrera | <table border="1"> <tr><td>1 Tot Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>2 Bast Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>3 Insatisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>4 Ni satisf ni insatis</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>5 Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>6 Bast Satisfact</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>7 Tot Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> | 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> |
| 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | Tramites con el abogado de la carrera | <table border="1"> <tr><td>1 Tot Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>2 Bast Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>3 Insatisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>4 Ni satisf ni insatis</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>5 Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>6 Bast Satisfact</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>7 Tot Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> | 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> |
| 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|-------------|---|--|
| | | | | | Exámenes presenciales 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | Presentación personal | del Ordinal | Cuál es su opinión acerca de la imagen que proyecta cada uno de los siguientes: | El director de su carrera 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Los docentes 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA |
|-----------------------|------------------------|-----------------------|---------|--|--|
| | | | | | Secretaria del departamento 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | Capacidad de respuesta | Actitud y disposición | Ordinal | Cuál es su opinión acerca de la disposición a ser atendido por parte de: | El director de su carrera 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Los docentes 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|---------|--|--|
| | | | | | Secretaria del departamento 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | Ordinal | La actitud de su director de carrera es: | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | Ordinal | La actitud de sus docentes es: | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|---------------------------|---------|--|---|--------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| | | Seguridad en la respuesta | Ordinal | Indique que tan satisfecho se encuentra con las respuestas recibidas por parte del departamento: | <table border="1"> <tr><td>1 Tot Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>2 Bast Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>3 Insatisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>4 Ni satisf ni insatis</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>5 Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>6 Bast Satisfact</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>7 Tot Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> | 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> |
| 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Rapidez | Ordinal | Califique por cada uno de los siguientes si se otorga una respuesta oportuna a sus requerimientos. | <table border="1"> <tr><td>1 Tot Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>2 Bast Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>3 Insatisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>4 Ni satisf ni insatis</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>5 Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>6 Bast Satisfact</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>7 Tot Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> | 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> |
| 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | Docentes | <table border="1"> <tr><td>1 Tot Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>2 Bast Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>3 Insatisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>4 Ni satisf ni insatis</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>5 Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>6 Bast Satisfact</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>7 Tot Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> | 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> |
| 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA |
|-----------------------|-------------------|----------------------------|---------|--|--|
| | Seguridad | Integridad de las personas | Ordinal | El trato que recibe por parte de los siguientes es amable y cordial: | Director de carrera 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | | Docentes 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | Empatía | Horarios pertinentes | Ordinal | Evalué como considera los horarios de: | Los exámenes 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|--------|--|---|
| | | | | Plazo de entrega de guías | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | Plazo de entrega de actividades interactivas | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | | | Tutorías presenciales | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|--------------------------|---------------------------------|---------|---|---|--------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| | | Conocimiento de las necesidades | Ordinal | Cree que existe preocupación por sus requerimientos en el departamento de ciencias económicas y administrativas | <table border="1"> <tr><td>1 Tot Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>2 Bast Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>3 Insatisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>4 Ni satisf ni insatis</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>5 Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>6 Bast Satisfact</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>7 Tot Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> | 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> |
| 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Atención personalizada | Ordinal | Califique en cada uno de los siguientes como considera el interés y dedicación que se le da a sus requerimientos: | <table border="1"> <tr><td>1 Tot Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>2 Bast Insatisfecho</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>3 Insatisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>4 Ni satisf ni insatis</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>5 Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>6 Bast Satisfact</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>7 Tot Satisfactorio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> | 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> |
| 1 Tot Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 Bast Insatisfecho | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 Insatisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 Ni satisf ni insatis | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 Bast Satisfact | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 Tot Satisfactorio | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA | |
|---|-------------------------|--------------------------|---------|---------------------------------------|---|---|
| | | | | | Abogado de su carrera | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | | | | | 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> | |
| Definir los niveles de calidad del servicio que tienen los estudiantes a distancia del DCEAC en la | Niveles del servicio | Servicio adecuado | Ordinal | Es adecuado el servicio que recibe | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> | |

CONTINÚA



| OBJETIVOS ESPECIFICOS | VARIABLE GENERICA | VARIABLES ESPECIFICAS | ESCALA | PREGUNTA | OPCIONES DE RESPUESTA |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|---------|--|---|
| ESPE. | | Servicio esperado | Ordinal | Antes de entrar a la ESPE como veía el servicio. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | | Servicio deseado | Nominal | En qué aspectos le gustaría que mejorara el servicio | Tiempo de atención <input type="checkbox"/> Mayor información <input type="checkbox"/> Mayor cordialidad en la atención <input type="checkbox"/> Docentes mas preparados <input type="checkbox"/> Oportuna solución a problemas <input type="checkbox"/> |

Preguntas del Focus Group

Las siguientes pregunta sirven como punto de comparación de como pensaban antes los estudiantes del servicio cual era la expectativa que tenían en ciertos aspectos.

Cuadro 8

Preguntas Focus group

| PREGUNTAS | CALIFICACIÓN |
|--|---|
| Como esperaba que fuera el proceso de entrega de información para sus procesos académicos como tramites dentro de la universidad información, eventos entre otros. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| Como esperaba que se le diera cumplimiento a sus requerimientos, tales como solicitudes, consultas e inquietudes. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| Como esperaba que fueran las instalaciones dentro de la universidad. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |

CONTINÚA



| PREGUNTAS | CALIFICACIÓN |
|--|---|
| Como esperaba que fuera la limpieza en aulas, baños, áreas recreativas, bar de la universidad. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| Como esperaba que fueran los equipos de la universidad tales como computadoras, proyectores, televisores, equipos de laboratorio. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| Como esperaba que fuera la calidad en los materiales tales como libros académicos, casos académicos entre otros | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| Como esperaba que era el proceso de organización de la ESPE como por ejemplo la organización en las matriculas, organización en eventos, organización en exámenes. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| Como esperaba que fuera la atención de su director de carrera, docentes y del departamento en general. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |



| PREGUNTAS | CALIFICACIÓN |
|---|---|
| Como consideraba que era la actitud (estado de ánimo que expresa una persona) de su director de carrera, docentes, abogado. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| Como esperaba que fuera las respuestas a sus requerimientos, esperaba usted tener una respuesta oportuna a sus inquietudes, solicitudes y requerimientos. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| Como usted veía la seguridad o confianza que le brindaba la ESPE para su proceso educativo. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| Como le parecían los horarios de la universidad | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| Como esperaba que fuera la atención personalizada de su director, docentes y demás. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |



| PREGUNTAS | CALIFICACIÓN |
|--|---|
| Como esperaba que fuera la solución a sus problemas dentro de la universidad, tales problemas como matriculas, problemas con docentes, problemas con sus exámenes entre otros. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> |
| | 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> |
| | 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| Como veía la atención que se le iba a brindar por parte de su director, docentes, abogado de la carrera. | 1 Tot Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | 2 Bast Insatisfecho <input type="checkbox"/> |
| | 3 Insatisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | 4 Ni satisf ni insatis <input type="checkbox"/> |
| | 5 Satisfactorio <input type="checkbox"/> |
| | 6 Bast Satisfact <input type="checkbox"/> |
| | 7 Tot Satisfactorio <input type="checkbox"/> |

Fuentes de Información

Fuente Primaria.- Se recopila información y se la genera por primera vez con el propósito de tener información primordial para la resolución del problema.

La siguiente tabla será el instrumento de investigación para evaluar la calidad del servicio a distancia de las carreras de ciencias económicas, administrativas y de comercio.

Cuadro 8

Dimensiones de la calidad del servicio aplicando el Modelo SERVQUAL

| DIMENSIONES | NUMERO | ASPECTOS A VALORAR | PERSEPCIONES | IMPORTANCIA |
|----------------------|--------|--|--------------|-------------|
| Confiabilidad | 1 | Suficiente información para el desarrollo de actividades | 1 a 7 | % |
| | 2 | Suficiente información del proceso de matriculas | 1 a 7 | % |
| | 3 | suficiente información del proceso de evaluación | 1 a 7 | % |
| | 4 | Cumplimiento a requerimientos por parte del director de carrera | 1 a 7 | % |
| | 5 | Cumplimiento a requerimientos por parte de docentes | 1 a 7 | % |
| | 6 | Cumplimiento de requerimientos por parte de secretaria del departamento | 1 a 7 | % |
| | 7 | Cumplimiento de requerimientos por parte de la unidad de educación a distancia | 1 a 7 | % |
| Tangibilidad | 8 | Las instalaciones de baños | 1 a 7 | % |

CONTINÚA



| DIMENSIONES | NUMERO | ASPECTOS A VALORAR | PERSEPCIONES | IMPORTANCIA |
|-------------|--------|--|--------------|-------------|
| | 9 | Las instalaciones de aulas | 1 a 7 | % |
| | 10 | Las instalaciones de iluminación | 1 a 7 | % |
| | 11 | Las instalaciones de laboratorios | 1 a 7 | % |
| | 12 | Las instalaciones del departamento de ciencias Económicas, administrativas y de comercio | 1 a 7 | % |
| | 13 | Limpieza del departamento de ciencias Económicas, administrativas y de comercio | 1 a 7 | % |
| | 14 | Limpieza de las aulas | 1 a 7 | % |
| | 15 | Limpieza de los laboratorios | 1 a 7 | % |
| | 16 | Opinión de equipos de computación de la universidad | 1 a 7 | % |
| | 17 | Opinión de la plataforma virtual | 1 a 7 | % |
| | 18 | Opinión de la biblioteca universitaria | 1 a 7 | % |
| | 19 | Los libros y material teórico | 1 a 7 | % |

CONTINÚA



| DIMENSIONES | NUMERO | ASPECTOS A VALORAR | PERSEPCIONES | IMPORTANCIA |
|-------------------------------|--------|--|--------------|-------------|
| | | designado para la elaboración de actividades | | |
| Capacidad de respuesta | 20 | Opinión acerca de la organización que existe en las matriculas | 1 a 7 | % |
| | 21 | Opinión acerca de la organización que existe en los trámites realizados con el director de carrera | 1 a 7 | % |
| | 22 | Opinión acerca de la organización que existe en tramites con el abogado de la carrera | 1 a 7 | % |
| | 23 | Opinión acerca de la organización que existe en exámenes presenciales | 1 a 7 | % |
| | 24 | La actitud del director de carrera | 1 a 7 | % |
| | 25 | La actitud de los docentes | 1 a 7 | % |
| | 26 | Satisfacción con las respuestas recibidas por parte del departamento | 1 a 7 | % |
| | 27 | Respuesta oportuna a requerimientos. | 1 a 7 | % |

CONTINÚA



| DIMENSIONES | NUMERO | ASPECTOS A VALORAR | PERSEPCIONES | IMPORTANCIA |
|------------------|--------|---|--------------|-------------|
| Seguridad | 28 | El trato que recibe es amable y cordial por parte del director de carrera | 1 a 7 | % |
| | 29 | amabilidad y cordialidad por parte de los docentes | 1 a 7 | % |
| Empatía | 30 | Opinión de los horarios de los exámenes | 1 a 7 | % |
| | 31 | Opinión de los horarios de plazo de entrega de guías | 1 a 7 | % |
| | 32 | Opinión de plazo de entrega de actividades interactivas | 1 a 7 | % |
| | 33 | Opinión de los horarios de tutorías presenciales | 1 a 7 | % |
| | 34 | Preocupación por sus requerimientos en el departamento de ciencias económicas y administrativas | 1 a 7 | % |
| | 35 | Interés y dedicación que se le da a sus requerimientos por parte del director de carrera | 1 a 7 | % |
| | 36 | Interés y dedicación que se | 1 a 7 | % |

CONTINÚA



| DIMENSIONES | NUMERO | ASPECTOS A VALORAR | PERSEPCIONES | IMPORTANCIA |
|-------------|--------|--|--------------|-------------|
| | | le da a sus requerimientos por parte del abogado de su carrera | | |
| | 37 | Interés y dedicación que se le da a sus requerimientos por parte de docentes | 1 a 7 | % |

Fuente: Estudio de Campo

Se desarrollara un cuestionario compuesto por un conjunto de preguntas basadas en el modelo SERVQUAL, planteadas de acuerdo a las cinco dimensiones que establece el modelo.

La escala de Likert que se utilizara medirá las predisposiciones individuales de contextos sociales. “Dentro de los aspectos constitutivos de la escala tipo Likert, es importante resaltar las alternativas los puntos, que corresponden a las opciones de respuesta de acuerdo al instrumento seleccionado.”¹³

Se utilizara una técnica de escala no comparativa que es la Escala de Likert calificando de 1 a 7. Siendo uno totalmente insatisfecho y 7 totalmente satisfecho.

¹³ <http://uptparia.edu.ve/documentos/F%C3%ADsico%20de%20Escala%20Likert.pdf>

Fuente Secundaria.- Las fuentes secundarias son documentos que compilan y reseñan la información publicada en las fuentes primarias. Recuerda que el documento primario es la fuente del dato original; mientras que el secundario lo retoma, de acuerdo con las funciones que desempeña en el campo del conocimiento (Escalona, 2001).

Cuadro 9

Matriz de datos secundarios

| OBJETIVOS | INFORMACIÓN SECUNDARIA | FUENTE | TIPO DE INFORMACIÓN |
|---|---|---|---------------------|
| Determinar las características socioeconómicas, demográficas y el comportamiento de los estudiantes a distancia del DCEAC en la ESPE | Aplicación de investigación de mercados. | Libro de Kotler y Keller (2006) Libro de Naresh K. Malhotra (2004) Libro Carl(2005) Libro Richard L. Sheaffer(2007) Libro de Nogales Angel. | Impreso |
| Aplicar el Modelo SERVQUAL utilizando las cinco dimensiones: Tangibilidad, Confiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía. | Modelo para medir el nivel de satisfacción de los clientes. | Libro de K. Douglas Hoffman y John E. G. Parasaraman Libro de Zeithmal y Berry | Impreso |
| Definir los niveles de calidad del servicio que tienen los estudiantes a distancia del DCEAC en la ESPE. | La calidad en los servicios. | Libro de Aguirre Maria soledad. Libro de Douglas Hoffman Libro de Nava Víctor Manuel | Impreso |

3.7 Técnica o instrumento

3.7.1. Encuesta

Para poder obtener los datos de percepciones de los estudiantes se aplicara la encuesta como una técnica que permitirá obtener los datos como la opinión acerca del servicio que se oferta, evaluación de la calidad del mismo entre otros datos demográficos de la muestra.

3.7.2. Focus group

Otra técnica a utilizarse es el focus group el cual permitirá de un grupo de estudiantes sacar conclusiones sobre las expectativas que tenían de la universidad y de todos los servicios que esta ofrece, el cómo estos esperaban que fuese el servicio que iban a recibir, lo cual ayudara a comparar entre las percepciones que se obtendrá de la encuestas para obtener una diferencia entre estas dos y poder saber la insatisfacción de los estudiantes.

Cuadro 10***Dimensiones del Modelo SERVQUAL***

| | |
|-------------------------------|---|
| Tangibilidad | Es la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales. El estado de las mismas y el cuidado o mantenimiento que se puede observar que se tiene sobre los mismos. |
| Confiabilidad | Habilidad que tiene la organización para realizar un servicio fiable y oportuno. |
| Capacidad de Respuesta | Es la disposición para proporcionar un servicio rápido y sin demoras por parte de los involucrados en el desarrollo del servicio |
| Seguridad | Conocimiento y preparación que tienen los empleados para inspirar confianza y credibilidad. |
| Empatía | Es la conexión sólida entre los administradores del servicio y el usuario, la atención personalizada que se brinda a cada cliente. |

FUENTE: Zeithaml (2007)

Estas dimensiones representa la forma en que los clientes organizan mentalmente la información sobre la calidad en el servicio. De acuerdo con los hallazgos de una investigación, las cinco dimensiones anteriores son relevantes para los servicios.

La aplicación práctica del modelo requiere la utilización de un cuestionario que arroja las percepciones y expectativas de los clientes respecto a los ítems. Estos ítems no hacen referencia a ningún servicio en concreto, sino a cuestiones relativas a la calidad del servicio aplicables a cualquier tipo de empresa.

“La persona encuestada debe valorar por separado y para cada ítem cuáles serán sus expectativas y cuales sus percepciones. Por tanto, el cuestionario consta de 44 preguntas (22 para evaluar las percepciones y 22 para conocer las expectativas) de las cinco dimensiones de la calidad de servicio” (Camisón 2007 pg. 919-920)

3.8.1 El Cuestionario SERVQUAL

Finalmente el cuestionario estará compuesto por preguntas de características demográficas del encuestado (edad, estado civil, nivel de educación, actividad) las cuales tienen como objetivo poder definir el perfil del encuestado.

El cuestionario SERVQUAL considera que todo cliente que adquiere un servicio genera una expectativa del servicio que va a recibir a través de distintos canales y una vez recibido hay una serie de factores, dimensiones, que le permite tener una percepción del servicio recibido.

3.8.2 Resultados del Cuestionario del Modelo SERVQUAL

Según (Camisón 2007 pg. 919-920) dice que los resultados para cada uno de los ítems pueden ser entre -6 y 6 y que está comprobado que se pueden dar las siguientes situaciones:

- 1) Que las expectativas sean mayores que las percepciones sobre la presentación del servicio, con lo que se obtiene niveles de calidad bajos.
- 2) Que las expectativas sean menores que las percepciones, con lo que se obtienen niveles de calidad altos.

3) Que las expectativas iguallen a las a las percepciones es considerado como un servicio estable, pero que puede mejorar.

3.8.3 Aplicaciones del Modelo SERVQUAL

“Los datos obtenidos del SERVQUAL evalúan la calidad global del servicio, tal y como la perciben los clientes, y por tanto pueden ser utilizados para cuantificar las deficiencias en la calidad del servicio con diferentes niveles de análisis. Además estos datos determinan cuáles son las dimensiones o los criterios más importantes para el cliente, lo que permite centrar en estas áreas los esfuerzos para mejorar la calidad del servicio. Esto es, el SERVQUAL permite determinar la importancia relativa de las cinco dimensiones en la valoración global de las percepciones de calidad por parte de los clientes” (Camisón 2007 pg. 919-920)

Y que además, esta escala tiene otras aplicaciones, entre las que Zeithmal, Parasuraman y Berry (1993) señalan que:

✓ Para comparar las expectativas y las percepciones de los clientes a lo largo del tiempo, se puede seguir el comportamiento de las expectativas y percepciones de los clientes aplicando el SERVQUAL cada tiempo de manera sucesiva.

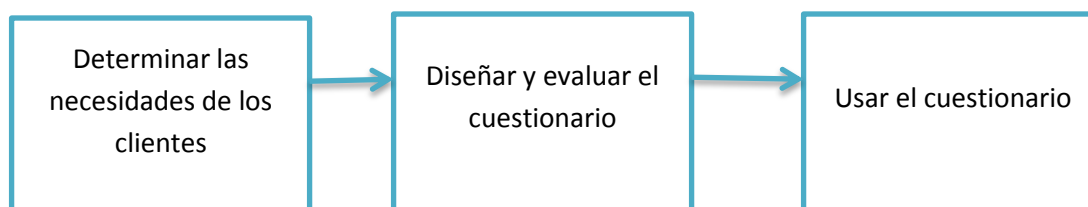
✓ Para examinar segmentos de clientes que poseen diferentes percepciones sobre la calidad. El SERVQUAL, permite clasificar los clientes de la empresa en segmentos diferenciados y examinar las diferencias que puedan existir en las percepciones de calidad de servicio entre ellos.

3.8.4 Instrumentos de recopilación de datos

En la actualidad el proceso de calidad únicamente se hace en base a los productos y el control de calidad al momento de elaborarlos, pero la falta de atención e interés en la medición de la calidad en el servicio es el resultado del desinterés de satisfacer al cliente.

Una de las ventajas que posee el cuestionario del Modelo SERVQUAL es que se lo puede adaptar a la empresa o giro del negocio, tomando en cuenta la dimensión más importante a evaluar. Este cuestionario debe ser proporcional y adaptable para el cliente.

El siguiente modelo describe la formulación y el uso de los cuestionarios para evaluar la satisfacción.



Fuente: Malhotra Naresh (2008) Investigación de Mercados


Para la aplicación del instrumento se realiza un cuestionario que permita la evaluación de la información específica sobre las percepciones de los clientes.

Cuadro 11

Tabla de Calificaciones

| TABLA DE RESPUESTAS | | | | | | |
|----------------------------|--------------------------|-----------------|-------------------------------------|---------------|------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Totalmente Insatisfactorio | Bastante Insatisfactorio | Insatisfactorio | Ni Satisfactorio ni Insatisfactorio | Satisfactorio | Bastante Satisfactorio | Totalmente Satisfactorio |

CUESTIONARIO



ESPE
ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
CAMINO A LA EFICIENCIA

ENCUESTA PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA DE LAS CARRERAS DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

INSTRUCCIONES:

- 1.- RESPONDA CON SINCERIDAD A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN A CONTINUACIÓN
- 2.- LOS RESULTADOS DE ESTA ENCUESTA SERAN ANALIZADOS CON ABSOLUTA RESERVA
- 3.- SEÑALE CON UNA "X" EN EL LUGAR QUE CORRESPONDA

FECHA: _____

INFORMACIÓN PERSONAL

1) EDAD: _____

2) GÉNERO: Femenino Masculino

3) ¿CUALES SON SUS INGRESOS MENSUALES?

| | | |
|----------------------------------|-------------------------------------|--|
| 100-200 <input type="checkbox"/> | 301-400 <input type="checkbox"/> | |
| 201-300 <input type="checkbox"/> | Más de 400 <input type="checkbox"/> | |

4) INDIQUE EL TIPO DE COLEGIO DONDE ESTUDIO

| | | |
|-------------------------------------|--|--|
| Fiscal <input type="checkbox"/> | | Fiscomisional <input type="checkbox"/> |
| Particular <input type="checkbox"/> | | |

5) INDIQUE A QUE SE DEDICA ACTUALMENTE

| | | |
|---|--|---|
| Solo estudiar <input type="checkbox"/> | | Negocio Propio <input type="checkbox"/> |
| Empleado privado <input type="checkbox"/> | | Ama de casa <input type="checkbox"/> |
| Empleado publico <input type="checkbox"/> | | |

6) INDIQUE SU LUGAR DE RESIDENCIA

| | | |
|--------------------------------|--|--------------------------------------|
| Norte <input type="checkbox"/> | | Valles <input type="checkbox"/> |
| Sur <input type="checkbox"/> | | Otra ciudad <input type="checkbox"/> |

7) INDIQUE LA CARRERA A LA QUE PERTENECE

| | |
|------------------------------------|--|
| Marketing <input type="checkbox"/> | |
| Finanzas <input type="checkbox"/> | |
| Comercial <input type="checkbox"/> | |

| CUESTIONARIO | | | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------|------------|---------------|-------------------|
| MARQUE CON UNA (X) SEGUN SU CRITERIO EVALUANDO DE (1) A (7) SU GRADO DE SATISFACCION EN CADA UNA DE LAS SIGUIENTES: | Totamente | Bastante | Insatisfecho | NI | NI | Satisfactorio | Totamente |
| | Insatisfecho (1) | Insatisfecho (2) | Insatisfecho (3) | satisfecho | satisfecho | o (5) | Satisfactorio (6) |
| 8) Se otorga suficiente información para el desarrollo de sus actividades relacionados con la carrera | | | | | | | |
| 9) Se otorga suficiente información para el proceso de matriculas | | | | | | | |
| 10) Se otorga suficiente información para el proceso de evaluación | | | | | | | |
| 11) Califique como considera que se da cumplimiento a sus requerimientos por parte de su director de su carrera. | | | | | | | |
| 12) Califique como considera que se da cumplimiento a sus requerimientos por parte de su docentes | | | | | | | |
| 13) Califique como considera que se da cumplimiento a sus requerimientos por parte de la Secretaria del departamento | | | | | | | |
| 14) Califique como considera que se da cumplimiento a sus requerimientos por parte de la unidad de educación a distancia | | | | | | | |
| 15) Califique como considera las instalaciones de baños | | | | | | | |
| 16) Califique como considera las instalaciones de Aulas | | | | | | | |
| 17) Califique como considera las instalaciones de iluminación | | | | | | | |
| 18) Califique como considera las instalaciones de laboratorios | | | | | | | |
| 19) Califique como considera las instalaciones del departamento de ciencias económicas, administrativas y de comercio | | | | | | | |
| 20) Cual es su opinión acerca de la limpieza de baños | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|
| 21) Cual es su opinión acerca de la limpieza de aulas | | | | | | | |
| 22) Cual es su opinión acerca de la limpieza de los laboratorios | | | | | | | |
| 23) Cual es su opinión acerca de la limpieza del departamento de ciencias Económicas, administrativas y de comercio | | | | | | | |
| 24) Como considera los equipos de computación de la universidad. | | | | | | | |
| 25) Como considera la plataforma virtual. | | | | | | | |
| 26) Como considera a la biblioteca universitaria | | | | | | | |
| 27) Los libros y el material teórico designado para la elaboración de sus actividades como lo considera. | | | | | | | |
| 28) Cual es su opinión acerca de la organización en las matriculas | | | | | | | |
| 29) Cual es su opinión acerca de la organización en los tramites realizados con el director de su carrera | | | | | | | |
| 30) Cual es su opinión acerca de la organización en los tramites con el | | | | | | | |
| 31) Cual es su opinión acerca de la organización en los exámenes presenciales | | | | | | | |
| 32) Cual es su opinión acerca de la disposición a ser atendido por su director de su carrera | | | | | | | |
| 33) Cual es su opinión acerca de la disposición a ser atendido por sus docentes | | | | | | | |
| 34) Cual es su opinión acerca de la disposición a ser atendido por la secretaria del departamento | | | | | | | |
| 35) Como considera la actitud de su director de carrera | | | | | | | |
| 36) Como considera la actitud de sus docentes | | | | | | | |
| 37) Indique que tan satisfecho se encuentra con las respuestas recibidas por parte del departamento | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| 38) Se le da una respuesta oportuna a sus requerimientos por parte del director de su carrera | | | | | | | |
| 39) Se le da una respuesta oportuna a sus requerimientos por parte de los docentes | | | | | | | |
| 40) El trato que recibe por parte de su director de carrera es amable y cordial. | | | | | | | |
| 41) El trato que recibe por parte de sus docentes de la carrera es amable y cordial. | | | | | | | |
| 42) Evalúe como considera los horarios de los exámenes | | | | | | | |
| 43) Evalúe como considera los horarios de plazo de entrega de guías | | | | | | | |
| 44) Evalúe como considera los horarios de plazo de entrega de actividades interactivas | | | | | | | |
| 45) Evalúe como considera los horarios de tutorías | | | | | | | |
| 46) Cree que existe preocupación por sus requerimientos en el departamento de ciencias económicas, administrativas y de comercio. | | | | | | | |
| 47) Califique como considera el interés y dedicación que se le da a sus requerimientos por parte del director de su carrera. | | | | | | | |
| 48) Califique como considera el interés y dedicación que se le da a sus requerimientos por parte del abogado de su carrera | | | | | | | |
| 49) Califique como considera el interés y dedicación que se le da a sus requerimientos por parte de sus docentes | | | | | | | |
| 50) Es adecuado el servicio que recibe en la universidad | | | | | | | |
| 51) Antes de entrar a la ESPE como veía el servicio | | | | | | | |
| 52) EN QUE ASPECTOS LE GUSTARÍA QUE MEJORARA EL SERVICIO ESCOJA MAXIMO DOS | | | | | | | |
| Tiempo de atención | <input type="checkbox"/> | Mayor cordialidad en la atención | <input type="checkbox"/> | Docentes mas preparados | <input type="checkbox"/> | Mayor información | <input type="checkbox"/> |
| Oportuna solución a problemas | <input type="checkbox"/> | | | | | | |

3.9 Plan de recopilación de datos

Población: es la suma de datos de todos los elementos que comparten un conjunto común de características. (Malhotra 2008)

En la investigación, se empleara lo siguiente:

Elemento: serán todos los estudiantes de la ESPE modalidad a distancia del departamento de ciencias, económicas administrativas y de comercio.

Unidad de muestreo: Todos los centros de apoyo del país.

Tiempo: la investigación tendrá un tiempo de duración desde Junio 2014-Diciembre 2014.

3.9.2. Aplicación del Focus group

La aplicación del focus group se llevó a cabo con un grupo de 18 estudiantes donde se pudo obtener puntos de vista diferentes y sacar un promedio de los mismos para obtener la información necesaria sobre las expectativas de los mismos.

3.9.3. Calendario de la recopilación y levantamiento de datos

- Método de contacto

La encuesta se realizara utilizando el método de entrevista personal.

- Los días para aplicar las encuestas serán los dos días sábados de los segundos exámenes presenciales.

Cuadro 12***Horarios para la aplicación del cuestionario***

| CENTRO DE APOYO (SANGOLQUI) | 50 OTROS CENTROS DE APOYO | OTROS CENTROS DE APOYO |
|------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|
| SABADO 26 JULIO/2014 | SABADO 2 AGOSTO/2014 | SABADO 26 JULIO/2014 |
| 8:30 AM-10:30AM | 8:30 AM-10:30AM | 8:30 AM-10:30AM |
| 11:00AM-13:00PM | | |

Fuente: ESPE (Unidad de educación a distancia)

Cuadro 13***Horario para aplicación del focus group***

| FOCUS GROUP | | |
|----------------------------------|------------------|-----------------------|
| LUGAR | DÍA | HORARIO |
| CENTRO DE APOYO SANGOLQUI | 06-dic-14 | 10 AM-10:30 AM |

Fuente: ESPE (Unidad de educación a distancia)

3.9.4. Tamaño del Universo

| |
|---|
| Estudiantes de Ingeniería en Finanzas = 214 |
| Estudiantes de Ingeniería Comercial = 115 |
| Estudiantes de Ingeniería en Marketing = 88 |

Fuente: Unidad de educación a distancia (ESPE)

Cuadro 14***Total de estudiantes por centro de apoyo***

| Ciudad | Número de estudiantes |
|---------------|------------------------------|
| Ambato | 7 |
| Cayambe | 4 |
| Coca | 2 |
| Cuenca | 5 |
| Esmeraldas | 5 |
| Galapagos | 5 |
| Guaranda | 3 |
| Guayaquil | 13 |
| Ibarra | 6 |
| Latacunga | 13 |
| Loja | 2 |
| Machala | 2 |
| Manta | 5 |
| Milagro | 5 |
| Nueva Loja | 9 |
| Otavalo | 3 |
| Portoviejo | 2 |
| Quevedo | 1 |
| Riobamba | 2 |
| Salinas | 4 |
| Sangolqui | 296 |
| Santo Domingo | 13 |
| Shell | 4 |
| Tena | 3 |
| Tulcán | 3 |
| TOTAL | 417 |

Fuente: Unidad de educación a distancia

Tamaño Universo = 417 estudiantes de todos los centros de apoyo

3.9.5. Tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{417 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{0,05^2(417-1) + 0,5^2 \cdot 1,96^2}$$

$$n = 200 \text{estudiantes}$$

$$n = 200(20\%) + 200 = 240 \text{ estudiantes}$$

Muestreo Probabilístico

El tipo de muestreo probabilístico que se aplica en la investigación es el muestreo estratificado, cada centro de apoyo constituye un estrato.

Muestreo Estratificado.

Una vez obtenido el total de la muestra se procede a obtener la muestra por cada estrato u centro de apoyo con la formula expresada en la siguiente tabla.

Cuadro 15

Muestreo estratificado por centros de apoyo

| | N | 240 | $n_x = \frac{N_x}{N} * n$ |
|-------------------------|----------|---|--------------------------------|
| CENTROS DE APOYO | N | Número de Estudiantes Matriculados | Estudiantes a encuestar |
| Ambato | N1 | 7 | 4 |
| Cayambe | N2 | 4 | 2 |
| Coca | N3 | 2 | 1 |
| Cuenca | N4 | 5 | 3 |
| Esmeraldas | N5 | 5 | 3 |
| Galapagos | N6 | 5 | 3 |
| Guaranda | N7 | 3 | 2 |
| Guayaquil | N8 | 13 | 7 |
| Ibarra | N9 | 6 | 3 |
| Latacunga | N10 | 13 | 7 |
| Loja | N11 | 2 | 1 |
| Machala | N12 | 2 | 1 |
| Manta | N13 | 5 | 3 |
| Milagro | N14 | 5 | 3 |
| Nueva Loja | N15 | 9 | 5 |
| Otavalo | N16 | 3 | 2 |
| Portoviejo | N17 | 2 | 1 |
| Quevedo | N18 | 1 | 1 |

CONTINÚA



| | | | |
|-------------------------|----------|---|--------------------------------|
| | N | 240 | $n_x = \frac{N_x}{N} * n$ |
| CENTROS DE APOYO | N | Número de Estudiantes Matriculados | Estudiantes a encuestar |
| Riobamba | N19 | 2 | 1 |
| Salinas | N20 | 4 | 2 |
| Sangolqui | N21 | 296 | 170 |
| Santo Domingo | N22 | 13 | 7 |
| Shell | N23 | 4 | 2 |
| Tena | N24 | 3 | 2 |
| Tulcán | N25 | 3 | 2 |
| TOTAL | N | 417 | 240.00 |

Fuente: Unidad de educación a distancia (ESPE)

3.10 Plan de procesamiento de la información

3.10.1 Codificación

La codificación y cálculos realizados en la investigación para la medición del nivel de satisfacción se ejecutaron en el programa estadístico SPSS 17 y el programa Microsoft Excel Office 2010.

Cuadro 16

Matriz de codificación datos demográficos

| # | TIPO DE VARIABLE | | | TIPO DE PREGUNTA | | | CODIGO |
|---|---------------------|----------|--------------|------------------|---------|--------------------|--------|
| | VARIABLE ESPECIFICA | NUMERICA | ALFANUMERICA | ABIERTA | CERRADA | OPCIONES MULTIPLES | |
| 1 | EDAD | X | | X | | | |
| 2 | GÉNERO: | | X | | | Femenino | 1 |
| | | | | | | Masculino | 2 |
| 3 | INGRESOS | X | | | | 100-200 | 1 |
| | | | | | | 201-300 | 2 |
| | | | | | | 301-400 | 3 |
| | | | | | | Más de 400 | 4 |
| 4 | TIPO DE COLEGIO | | X | | | Fiscal | 1 |
| | | | | | | Particular | 2 |
| | | | | | | Fiscomisional | 3 |
| 5 | Ocupación | | X | | | Solo estudiar | 1 |
| | | | | | | Empleado privado | 2 |
| | | | | | | Empleado publico | 3 |
| | | | | | | Negocio Propio | 4 |
| | | | | | | Ama de casa | 5 |
| 6 | RESIDENCIA | | X | | | Norte | 1 |
| | | | | | | Sur | 2 |
| | | | | | | Valles | 3 |
| | | | | | | Otra ciudad | 4 |
| 7 | CARRERA | | X | | | Marketing | 1 |
| | | | | | | Finanzas | 2 |
| | | | | | | Comercial | 3 |

Cuadro 17

Codificación preguntas

| DIMENSION | PREGUNTA | CALIFICACION | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------|---------------------|---|---|---|---|---|---|
| CONFIABILIDAD | INFORMACION | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | CUMPLIMIENTO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| TANGIBILIDAD | INSTALACIONES | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | LIMPIEZA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | EQUIPOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | CALIDAD | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | MATERIAL | | | | | | | |
| CAPACIDAD DE RESPUESTA | ORGANIZACIÓN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | ATENCIÓN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | ACTITUD | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | RESPUESTA OPORTUNA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| SEGURIDAD | CONFIANZA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | HORARIOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| EMPATÍA | PROBLEMAS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | ATENCIÓN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | PERSONALI | | | | | | | |
| | ATENCIÓN ADEC | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

3.11 Software de procesamiento de datos

El Software para el procesamiento de datos se lo hará en Microsoft Excel y en el programa estadístico SPSS los cuales permitirán el procesamiento de los datos de una manera entendible gráficamente.

Una vez ingresado los datos en Excel se procede a importar los datos desde SPSS para poder realizar el análisis de frecuencias de los datos demográficos obtenidos y para los datos de cuestionario se procederá realizarlos en Excel por motivos de simplicidad que otorga el programa para estos datos.

3.12 Ingreso de la información

Una vez ingresada la información se identificará en qué posición se encuentran las dimensiones entre las expectativas y las percepciones de los estudiantes y el perfil sociodemográfico de los estudiantes.

Los datos obtenidos servirán para saber la percepción actual que tienen los estudiantes del DCEAC modalidad a distancia con respecto al servicio actualmente recibido.

3.12.1 Identificación de gráficos estadísticos

Los gráficos estadísticos servirán para la representación de los datos obtenidos en las encuestas de los diferentes centros de apoyo por lo cual se utilizara graficas como: gráficos de barras, histogramas, líneas, mixtos, radiales entre otros.

Adicional se empleara tablas que donde se visualice las frecuencias en porcentajes. Tablas de comparación entre las expectativas y las percepciones.

3.13. Plan de análisis e interpretación de datos

La investigación que se realiza a los estudiantes del departamento de ciencias económicas, administrativas y de comercio se basa principalmente en determinar el nivel

de calidad que se ofrece a los estudiantes como estos perciben actualmente el servicio y que expectativas tenían del mismo.

Actualmente existe un ente regulador de la calidad del servicio ofertado en las universidades donde se toma aspectos de preparación de docentes, infraestructura entre otros, pero considero no se toma en cuenta el factor individual de cada estudiante la satisfacción de cada uno de estos como aspecto evaluador por tanto al realizar el presente estudio se puede obtener la satisfacción por parte de los estudiantes ya que son estos quienes hacen uso del mismo.

Para medir el nivel de calidad del servicio se aplicará el Modelo SERVQUAL, en el cual se elaborará un gráfico radial que cuantificará la satisfacción del cliente bajo las cinco dimensiones, las mismas que otorgarán la diferencia entre el valor percibido del servicio y las expectativas generadas.

Los análisis de datos se realizarán en los dos programas informáticos antes mencionados uno de ellos Excel y el otro el programa estadístico SPSS que servirá principalmente para realizar el análisis bivariante. Se agruparán las preguntas de cada dimensión para poder obtener un solo resultado lo que permitirá relacionar las variables unas con otras.

Para el cruce de variables se utilizarán tablas de contingencia en el programa estadístico SPSS donde solamente se relacionarán variables nominal con nominal utilizando la prueba chi cuadrado y correlaciones para variables de escala donde se podrá determinar si una variable es dependiente de otra por último variables de escala con nominal u ordinal se utilizarán tablas anovas para determinar si existe diferencia significativa entre las medias de las variables a analizar.

CAPITULO IV

MARCO EMPÍRICO

4.1 EJECUCIÓN DE LOS MÉTODOS CUANTITATIVOS

4.1.1 Análisis de variables socioeconómicas y demográficas

Inicialmente se va a determinar las características socioeconómicas y demográficas de todos los estudiantes del departamento de ciencias económicas administrativas y de comercio de la ESPE (Universidad de las Fuerzas Armadas) modalidad a distancia de todos los centros de apoyo. Mediante graficas que muestren una perspectiva más claro sobre la situación actual de los estudiantes.

Resultados

Variable Edad

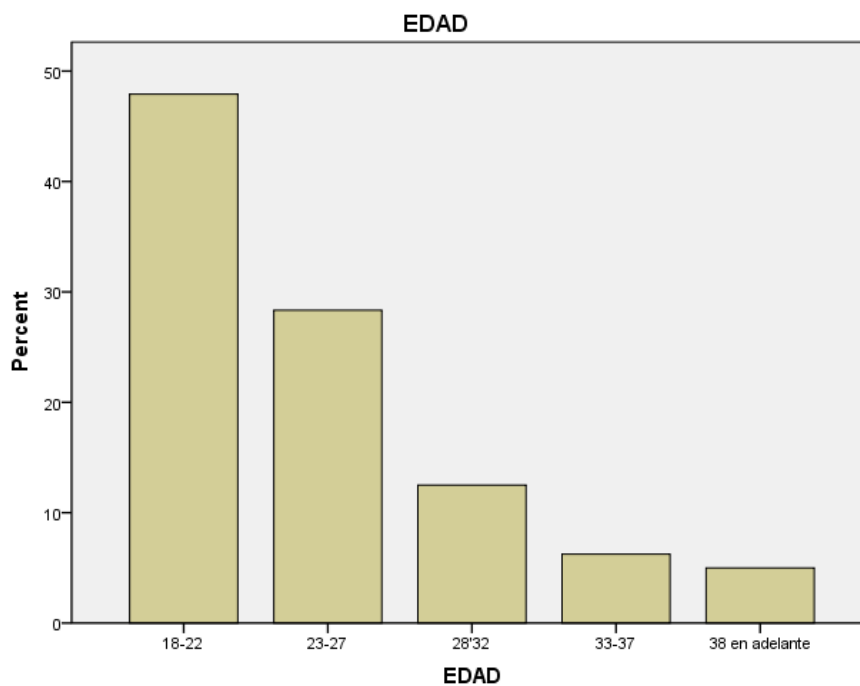


Figura 8: Rangos de edades de estudiantes

Fuente: Estudio de campo

Análisis

La mayor parte de los encuestados están en el rango de edad de 18-22 años de edad con un 47%, seguidos por quienes tienen una edad entre 23-27 años con un 28,3%.

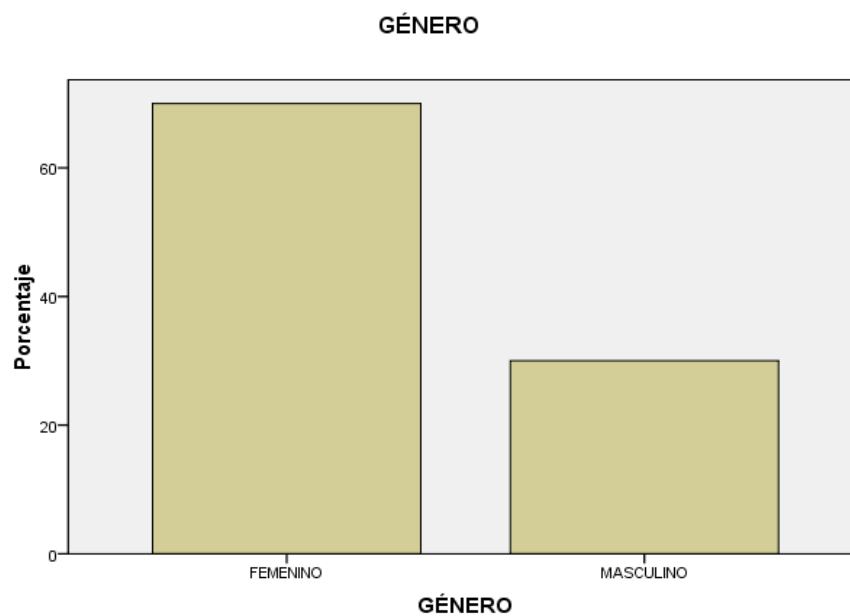
Variable género

Tabla 1

Porcentaje de variable género**GÉNERO**

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | FEMENINO | 168 | 69.4 | 70.0 | 70.0 |
| | MASCULINO | 72 | 29.8 | 30.0 | 100.0 |
| | Total | 240 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 2 | .8 | | |
| Total | | 242 | 100.0 | | |

Fuente: Estudio de campo

**Figura 9. Porcentaje de variable género**

Fuente: Estudio de campo

Análisis

Se pudo obtener que la gran mayoría de estudiantes son mujeres con un 70% y el 30% son hombres, lo cual indica que de cada 10 estudiantes de la modalidad a distancia de las carreras administrativas solamente 3 son hombres.

Variable ingresos mensuales

Tabla 2

Rangos de ingresos por estudiantes

INGRESOS MENSUALES

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 100-200 | 77 | 31.8 | 32.1 | 32.1 |
| | 201-300 | 24 | 9.9 | 10.0 | 42.1 |
| | 301-400 | 62 | 25.6 | 25.8 | 67.9 |
| | MAS DE 400 | 77 | 31.8 | 32.1 | 100.0 |
| | Total | 240 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 2 | .8 | | |
| Total | | 242 | 100.0 | | |

Fuente: Estudio de campo

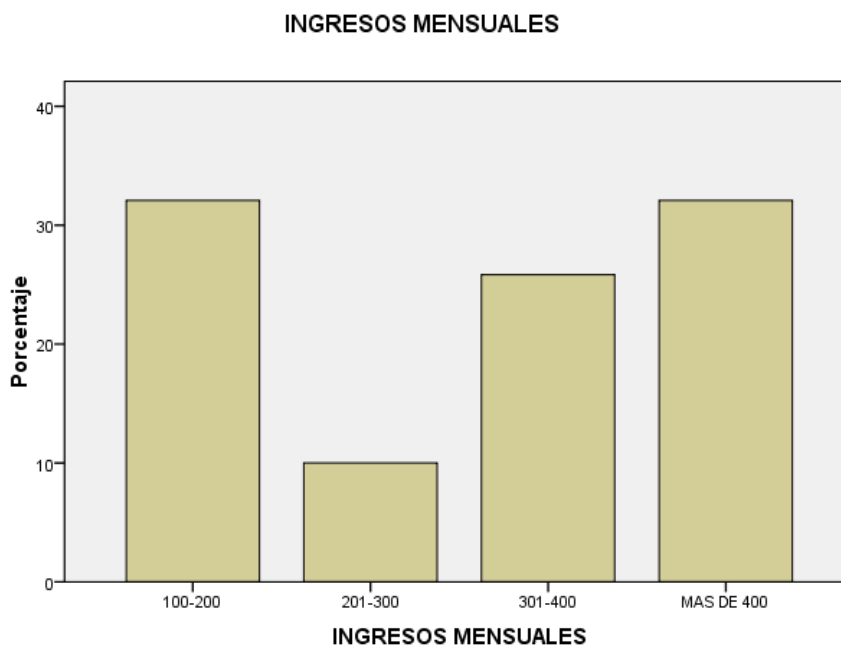


Figura 10. Rangos de ingresos de los estudiantes

Fuente: Estudio de campo

Análisis

En la variable ingresos se puede verificar que existe una igualdad en las personas que tienen unos ingresos de \$100-200 y con los que tienen ingresos mayores a \$400 con un 31,8% seguido por quienes tienen ingresos de \$301 a \$400 con un 25,8%.

Variable tipo de colegio

Tabla 3

Porcentaje de los tipos de colegios de los estudiantes**TIPO DE COLEGIO**

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | FISCAL | 150 | 62.0 | 62.5 | 62.5 |
| | PARTICULAR | 74 | 30.6 | 30.8 | 93.3 |
| | FISCOMISIONAL | 16 | 6.6 | 6.7 | 100.0 |
| | Total | 240 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 2 | .8 | | |
| Total | | 242 | 100.0 | | |

Fuente: Estudio de campo

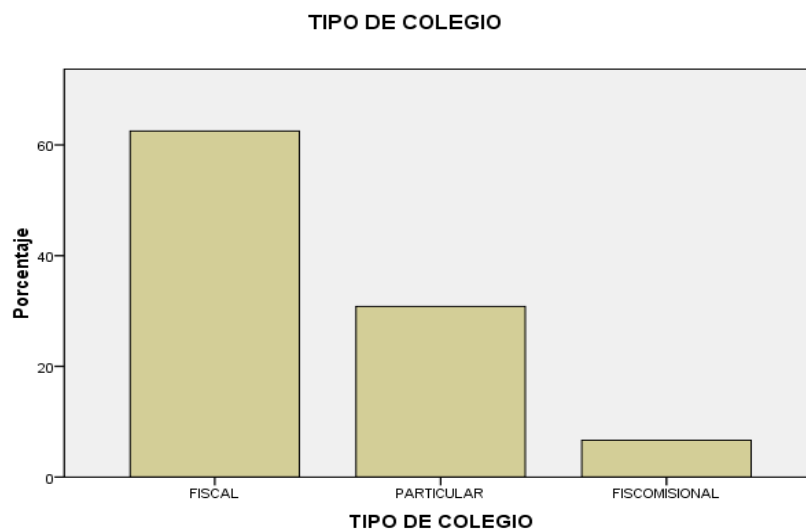


Figura 11. Porcentaje de los tipos de colegios de los estudiantes

Fuente: Estudio de campo

Análisis

En la gráfica se puede visualizar que la mayor parte de encuestados estudiaron en colegio fiscal con el 62.5% seguido por quienes estudiaron en colegio particular con un 30.8% y tan solo el 6.7% en colegio fisco misional.

Variable ocupación.

Tabla 4

Ocupación de los estudiantes dada en porcentajes

OCUPACIÓN

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | SOLO ESTUDIAR | 73 | 30.2 | 30.4 | 30.4 |
| | EMPLEADO PRIVADO | 102 | 42.1 | 42.5 | 72.9 |
| | EMPLEADO PUBLICO | 39 | 16.1 | 16.3 | 89.2 |
| | NEGOCIO PROPIO | 20 | 8.3 | 8.3 | 97.5 |
| | AMA DE CASA | 6 | 2.5 | 2.5 | 100.0 |
| | Total | 240 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 2 | .8 | | |
| Total | | 242 | 100.0 | | |

Fuente: Estudio de campo



Figura 12. Ocupación de los estudiantes dada en porcentajes

Fuente: Estudio de campo

Análisis

La mayoría de estudiantes trabajan en empresas privadas con un 42.5% se puede visualizar que existen tres grupos de estudiantes que ya generan ingresos empleados privados, empleados públicos y quienes tienen un negocio propio lo que representa un 67,1% que genera fuentes de ingresos y un 32.9% conformado por quienes solo se dedican a estudiar y amas de casa.

Variable Lugar de residencia

Tabla 5

Lugar de residencia de los estudiantes dada en porcentajes**LUGAR DE RESIDENCIA**

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | NORTE | 45 | 18.6 | 18.8 | 18.8 |
| | SUR | 68 | 28.1 | 28.3 | 47.1 |
| | VALLES | 57 | 23.6 | 23.8 | 70.8 |
| | OTRA CIUDAD | 70 | 28.9 | 29.2 | 100.0 |
| | Total | 240 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 2 | .8 | | |
| Total | | 242 | 100.0 | | |

Fuente: Estudio de campo

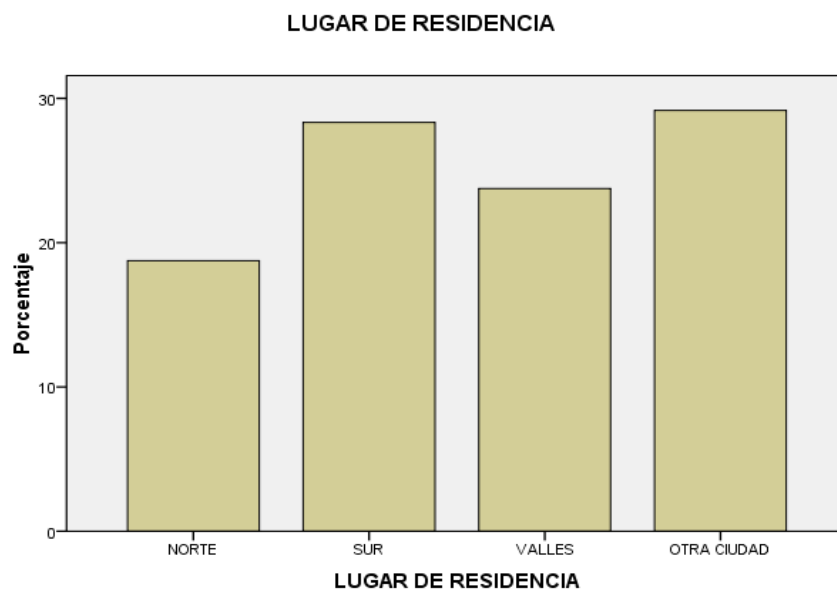


Figura 13. Lugar de residencia de los estudiantes dada en porcentajes

Fuente: Estudio de campo

Análisis

Se puede visualizar que los encuestados que pertenecen al centro de apoyo Sangolquí el 28.1% viven en el sur, seguido por quienes residen en el valle con un 23.6%, los estudiantes que viven en el norte representan el 18.6% y los demás centros de apoyo representan el 29.2% del total de los encuestados dando un total de 70 personas encuestadas de otras ciudades.

Variable carrera

Tabla 6

Carrera de los estudiantes dada en porcentajes

CARRERA

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | MARKETING | 32 | 13.2 | 13.3 | 13.3 |
| | FINANZAS | 124 | 51.2 | 51.7 | 65.0 |
| | COMERCIAL | 84 | 34.7 | 35.0 | 100.0 |
| | Total | 240 | 99.2 | 100.0 | |
| Perdidos | Sistema | 2 | .8 | | |
| Total | | 242 | 100.0 | | |

Fuente: Estudio de campo

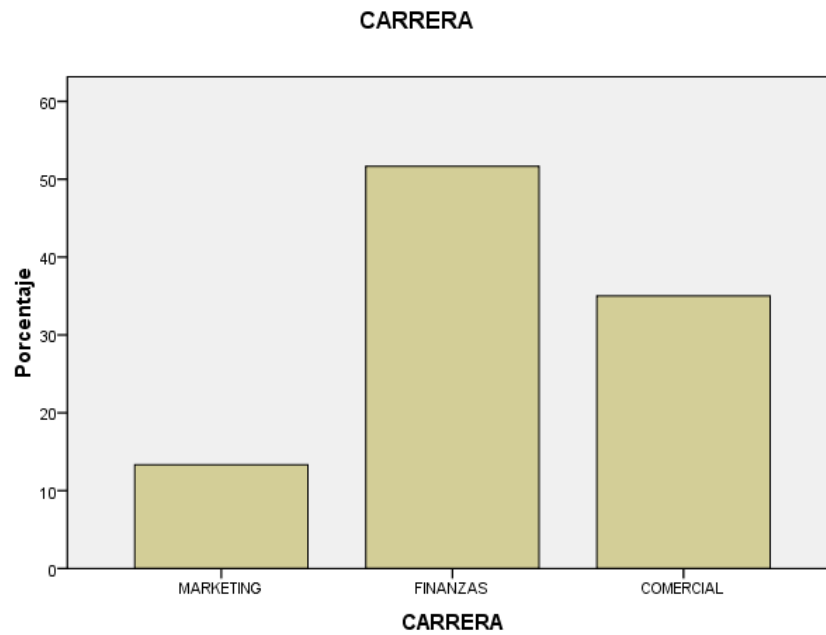


Figura 14. Carrera de los estudiantes dada en porcentajes

Fuente: Estudio de campo

Análisis

Se pudo analizar que un poco más de la mitad de los estudiantes encuestados pertenecen a la carrera de ingeniería en finanzas con un 51,7% seguido por los estudiantes de ingeniería comercial con un 35% y solo un 13.3% pertenecen a Marketing.

Aspectos que los estudiantes requieren se mejoren

Tabla 7**Aspectos para mejorar según los estudiantes**

Frecuencias \$ASPECTOS_MEJORA

| | Respuestas | | Porcentaje de casos | |
|---|----------------------------------|------------|---------------------|--------|
| | Nº | Porcentaje | | |
| Principales aspectos a mejorar ^a | Tiempo de atención | 115 | 24.0% | 47.9% |
| | Mayor cordialidad en la atención | 63 | 13.1% | 26.3% |
| | Docentes más preparados | 32 | 6.7% | 13.3% |
| | Mayor información | 118 | 24.6% | 49.2% |
| | Oportuna solución a problemas | 152 | 31.7% | 63.3% |
| Total | | 480 | 100.0% | 200.0% |

a. Agrupación

Fuente: Estudio de campo**Análisis**

Los estudiantes del departamento de ciencias económicas, administrativas y de comercio eligieron se mejore en tres aspectos el servicio como principal que se dé oportuna solución a los problemas un 31.7% de los estudiantes eligió este, seguido de mayor información además del tiempo de atención que se emplea.

Cuadro 18***Perfil estudiantes por centro de apoyo***

| CENTRO DE APOYO | EDAD PROMEDIO | GÉNERO | INGRESOS MENSUALES | TIPO DE COLEGIO | OCUPACIÓN | CARRERA |
|-------------------|---------------|--------|--------------------|-----------------|------------------|-----------|
| MACHALA | 35 | MUJER | MAS DE 400 | FISCAL | EMPLEADO PRIVADO | FINANZAS |
| CUENCA | 24 | HOMBRE | DE 201 A 300 | PARTICULAR | EMPLEADO PUBLICO | COMERCIAL |
| GUAYAQUIL | 29 | MUJER | DE 301 A 400 | PARTICULAR | NEGOCIO PROPIO | FINANZAS |
| LOJA | 30 | MUJER | MAS DE 400 | FISCAL | EMPLEADO PUBLICO | FINANZAS |
| LATACUNGA | 25 | MUJER | DE 201 A 300 | FISCAL | EMPLEADO PRIVADO | FINANZAS |
| AMBATO | 37 | MUJER | DE 301 A 400 | PARTICULAR | EMPLEADO PUBLICO | FINANZAS |
| RIOBAMBA | 35 | MUJER | MAS DE 400 | FISCAL | EMPLEADO PUBLICO | FINANZAS |
| GUARANDA | 25 | HOMBRE | DE 201 A 300 | FISCAL | EMPLEADO PUBLICO | FINANZAS |
| TENA | 24 | HOMBRE | DE 301 A 400 | PARTICULAR | EMPLEADO PRIVADO | COMERCIAL |
| SHELL | 25 | MUJER | DE 301 A 400 | PARTICULAR | NEGOCIO PROPIO | FINANZAS |
| NUEVA LOJA | 26 | MUJER | DE 201 A 300 | FISCAL | EMPLEADO PRIVADO | FINANZAS |

CONTINÚA



| CENTRO DE APOYO | EDAD PROMEDIO | GÉNERO | INGRESOS MENSUALES | TIPO DE COLEGIO | OCUPACIÓN | CARRERA |
|----------------------|---------------|--------|--------------------|-----------------|------------------|-----------|
| COCA | 30 | MUJER | DE 301 A 400 | FISCAL | AMA DE CASA | COMERCIAL |
| SALINAS | 28 | HOMBRE | DE 201 A 300 | FISCAL | EMPLEADO PRIVADO | COMERCIAL |
| MANTA | 36 | MUJER | DE 301 A 400 | FISCAL | EMPLEADO PUBLICO | COMERCIAL |
| MILAGRO | 29 | MUJER | DE 201 A 300 | FISCAL | EMPLEADO PUBLICO | FINANZAS |
| ESMERALDAS | 31 | MUJER | DE 301 A 400 | FISCAL | EMPLEADO PUBLICO | MARKETING |
| CAYAMBE | 34 | MUJER | DE 201 A 300 | PARTICULAR | SOLO ESTUDIAR | COMERCIAL |
| IBARRA | 28 | MUJER | DE 301 A 400 | FISCAL | EMPLEADO PRIVADO | COMERCIAL |
| OTAVALO | 27 | HOMBRE | DE 301 A 400 | PARTICULAR | EMPLEADO PRIVADO | COMERCIAL |
| SANGOLQUI | 24 | MUJER | DE 301 A 400 | FISCAL | EMPLEADO PRIVADO | FINANZAS |
| TULCAN | 27 | HOMBRE | MAS DE 400 | FISCAL | EMPLEADO PRIVADO | FINANZAS |
| SANTO DOMINGO | 23 | MUJER | DE 301 A 400 | PARTICULAR | EMPLEADO PRIVADO | COMERCIAL |

CONTINÚA



| CENTRO DE APOYO | EDAD PROMEDIO | GÉNERO | INGRESOS MENSUALES | TIPO DE COLEGIO | OCUPACIÓN | CARRERA |
|-----------------|---------------|--------|--------------------|-----------------|------------------|-----------|
| QUEVEDO | 23 | MUJER | DE 201 A 300 | FISCOMISIONAL | EMPLEADO PRIVADO | COMERCIAL |
| PORTOVIEJO | 18 | MUJER | DE 201 A 300 | FISCAL | SOLO ESTUDIAR | COMERCIAL |
| GALAPAGOS | 30 | HOMBRE | MAS DE 400 | FISCAL | EMPLEADO PUBLICO | FINANZAS |

Fuente: Estudio de campo

4.3.ANALISIS BIVARIADO

4.3.1. Análisis bivariado por detalle de dimensión

Cruce de Edad- Confiabilidad

Tabla 8

Cruce de Confiabilidad-Edad

Report

CONFIABILIDAD

| EDAD | Mean | N | Std. Deviation |
|----------------|------|-----|----------------|
| 18-22 | 4.17 | 115 | 1.131 |
| 23-27 | 4.41 | 68 | 1.261 |
| 28-32 | 4.30 | 30 | .952 |
| 33-37 | 4.27 | 15 | 1.387 |
| 38 en adelante | 4.50 | 12 | 1.508 |
| Total | 4.28 | 240 | 1.182 |

Fuente: Estudio de campo

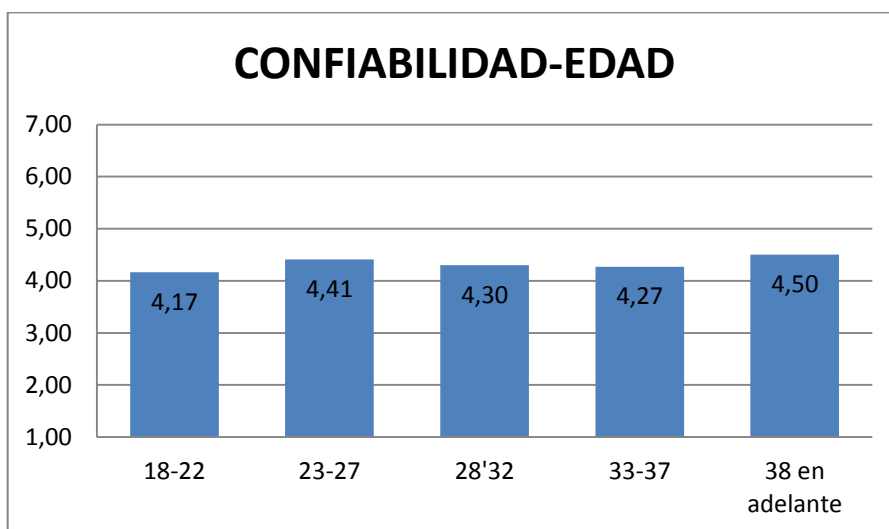


Figura 15. Cruce de Confiabilidad-Edad

Fuente: Estudio de campo

Análisis:

Se pudo obtener que los estudiantes con un rango de edad menor se sienten ligeramente más insatisfechos con la confiabilidad a comparación de los otros rangos de edades.

Cruce de Edad- Capacidad de respuesta

Tabla 9***Cruce de Capacidad de respuesta-Edad***

CAPACIDAD DE RESPUESTA

| EDAD | Mean | N | Std. Deviation |
|----------------|------|-----|----------------|
| 18-22 | 4.19 | 115 | 1.242 |
| 23-27 | 4.47 | 68 | 1.297 |
| 28'32 | 4.51 | 30 | 1.454 |
| 33-37 | 4.07 | 15 | 1.323 |
| 38 en adelante | 4.33 | 12 | 1.421 |
| Total | 4.31 | 240 | 1.297 |

Fuente: Estudio de Campo

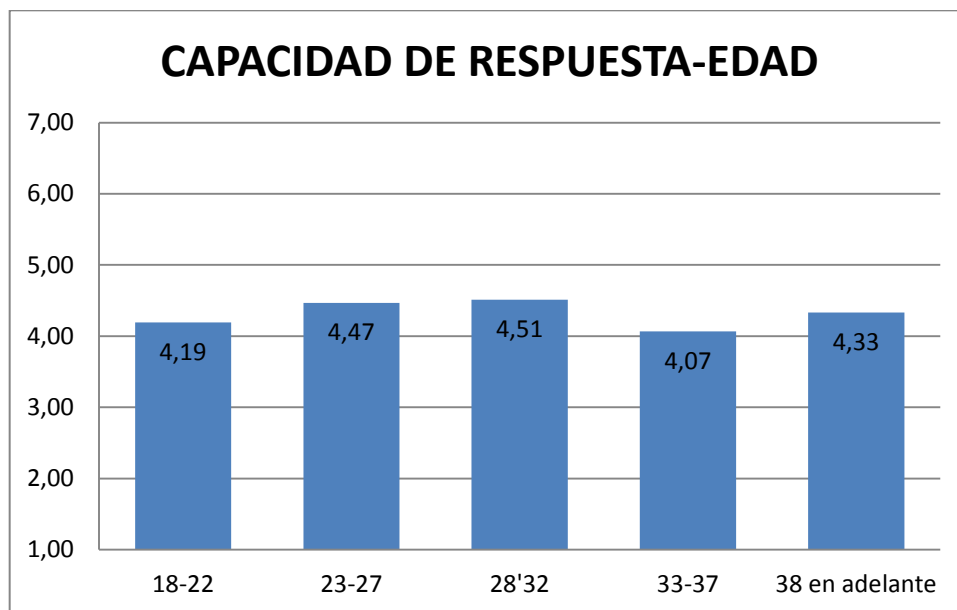


Figura 16. Cruce de Edad – Capacidad de respuesta

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

Al relacionar la edad con la capacidad de respuesta se pudo obtener que en el rango de edad 33 a 37 años se tenga menos satisfacción que los otros grupos de estudiantes por edades.

Cruce de Empatía-Edad

Tabla 10

Cruce de Seguridad que le ofrece la universidad-Edad

EMPATIA

| EDAD | Mean | N | Std. Deviation |
|----------------|------|-----|-------------------|
| 18-22 | 4.11 | 115 | 1.271 |
| 23-27 | 4.42 | 68 | 1.258 |
| 28-32 | 4.41 | 30 | 1.352 |
| 33-37 | 3.87 | 15 | 1.271 |
| 38 en adelante | 4.14 | 12 | 1.494 |
| Total | 4.22 | 240 | 1.290 |

Fuente: Estudio de Campo

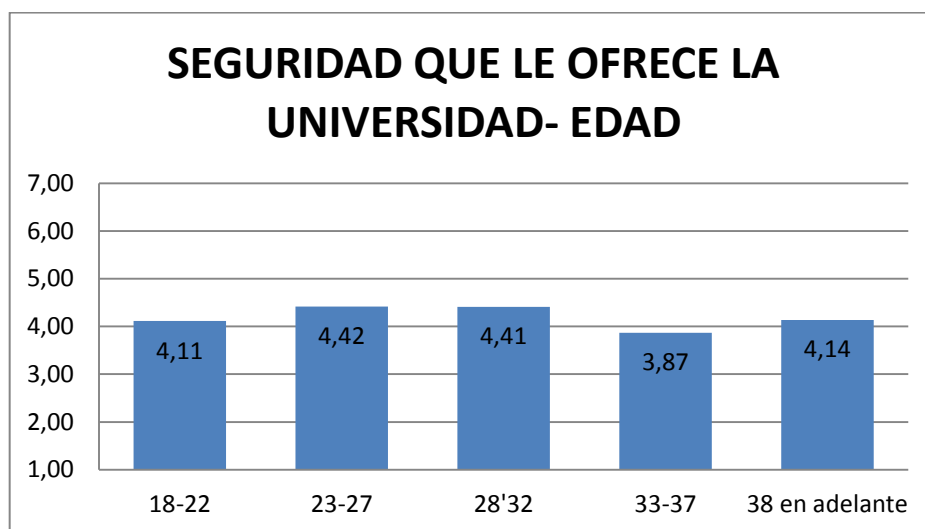


Figura 17. Cruce Seguridad que le ofrece la universidad- Edad

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

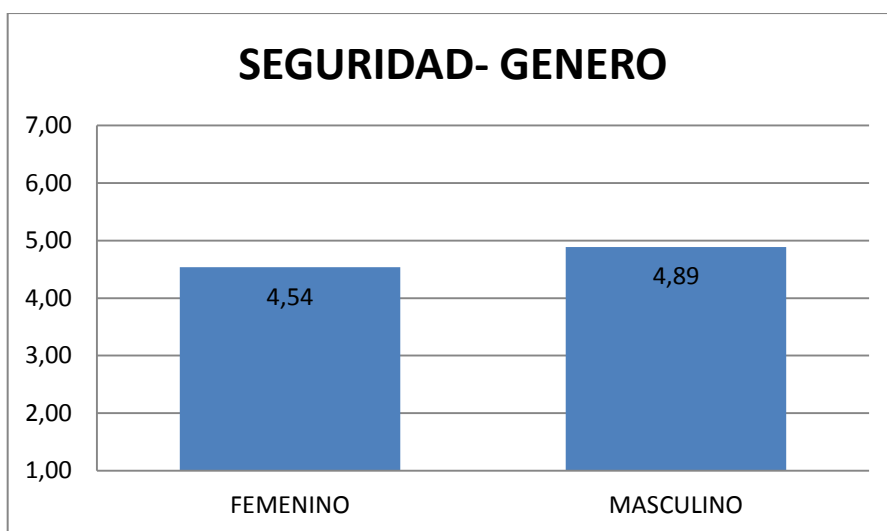
En el cruce de Edad con empatía se puede obtener que el rango de edad de 33 a 37 años se encuentran insatisfechos con la empatía que tiene la Universidad con estos.

Cruce de Seguridad que le ofrece la universidad-Género

Tabla 11***Cruce de Género – Seguridad que ofrece la universidad***

SEGURIDAD QUE OFRECE LA UNIVERSIDAD

| GÉNERO | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------|------|-----|----------------|
| FEMENINO | 4.54 | 168 | 1.432 |
| MASCULINO | 4.89 | 72 | 1.356 |
| Total | 4.64 | 240 | 1.416 |

Fuente: Estudio de Campo**Figura 18. Cruce de Seguridad que ofrece la universidad-Género****Fuente: Estudio de Campo****Análisis**

Los estudiantes de Género Masculino se encuentran ligeramente más satisfechos en la seguridad que las estudiantes mujeres.

Cruce de Ingresos– Seguridad que ofrece la universidad

Tabla 12

Cruce de Seguridad que ofrece la universidad-Ingresos

SEGURIDAD QUE OFRECE LA UNIVERSIDAD

| INGRESOS MENSUALES | Mean | N | Std. Deviation |
|--------------------|------|-----|----------------|
| 100-200 | 4.86 | 77 | 1.381 |
| 201-300 | 4.63 | 24 | 1.643 |
| 301-400 | 4.53 | 62 | 1.471 |
| MAS DE 400 | 4.52 | 77 | 1.331 |
| Total | 4.64 | 240 | 1.416 |

Fuente: Estudio de Campo

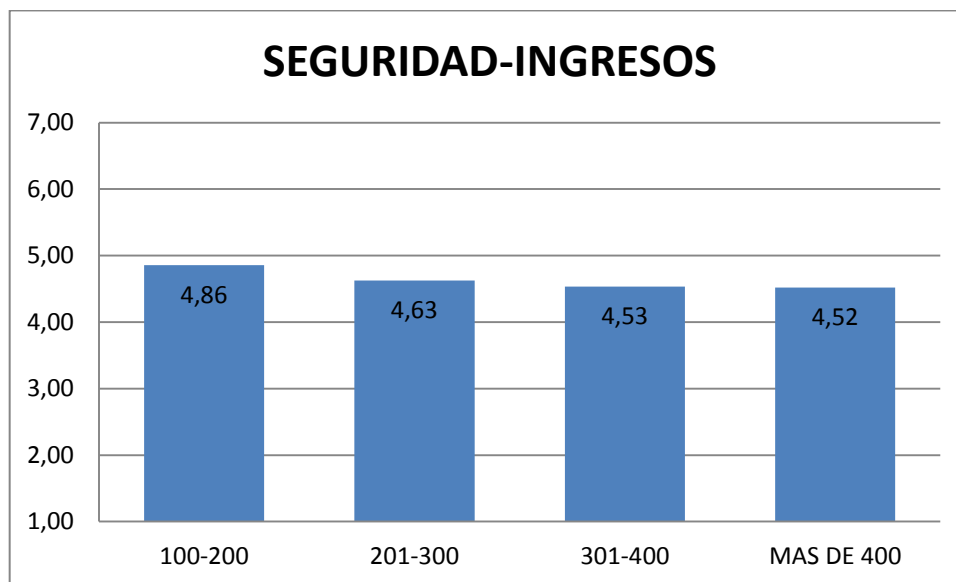


Figura 19. Cruce de Género – Seguridad que ofrece la universidad

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En la gráfica de la relación entre ingresos y seguridad que le ofrece la universidad se pudo obtener que a mayor ingreso existe mayor insatisfacción.

Cruce de Seguridad que ofrece la universidad – Ocupación

Tabla 13

Cruce de Seguridad que ofrece la universidad y Ocupación

SEGURIDAD QUE OFRECE LA UNIVERSIDAD

| OCUPACIÓN | Mean | N | Std. Deviation |
|---------------------|------|-----|-------------------|
| SOLO ESTUDIAR | 4.90 | 73 | 1.394 |
| EMPLEADO PRIVADO | 4.49 | 102 | 1.431 |
| EMPLEADO PUBLICO | 4.74 | 39 | 1.366 |
| NEGOCIO PROPIO | 4.35 | 20 | 1.387 |
| AMA DE CASA | 4.50 | 6 | 1.761 |
| Total | 4.64 | 240 | 1.416 |

Fuente: Estudio de Campo

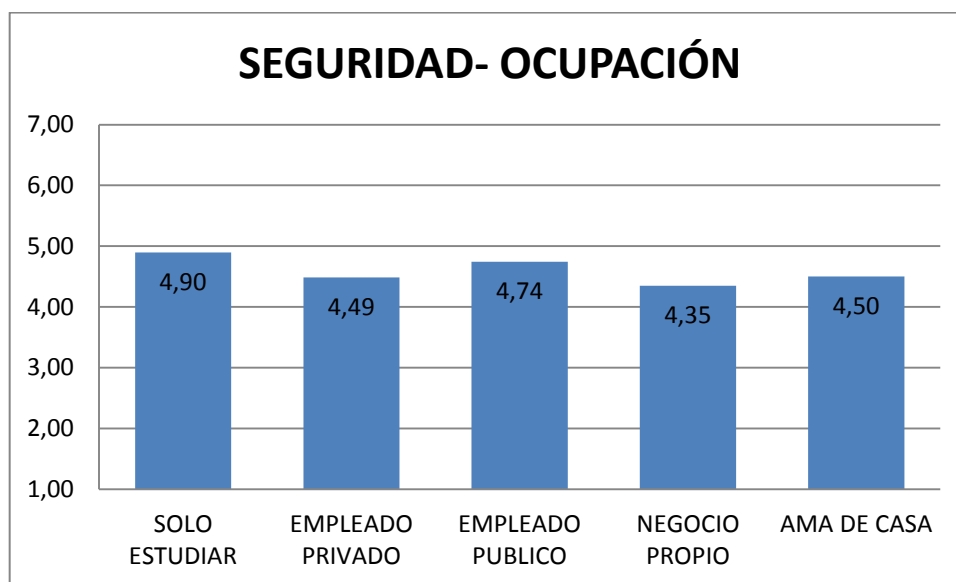


Figura 20. Cruce de Seguridad que ofrece la universidad - Ocupación

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En el cruce de la variable ocupación con seguridad que le ofrece la universidad se puede concluir que los estudiantes que tienen un negocio propio tienen una ligera mayor insatisfacción que en las otras ocupaciones y quienes están más satisfechos con la seguridad que se les ofrece son quienes solo se dedican a estudiar.

Cruce de Capacidad de respuesta- Carrera

Tabla 14

Capacidad de respuesta - Carrera

| CARRERA | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------|------|-----|----------------|
| MARKETING | 4.33 | 32 | 1.449 |
| FINANZAS | 4.13 | 124 | 1.236 |
| COMERCIAL | 4.57 | 84 | 1.294 |
| Total | 4.31 | 240 | 1.297 |

Fuente: Estudio de Campo

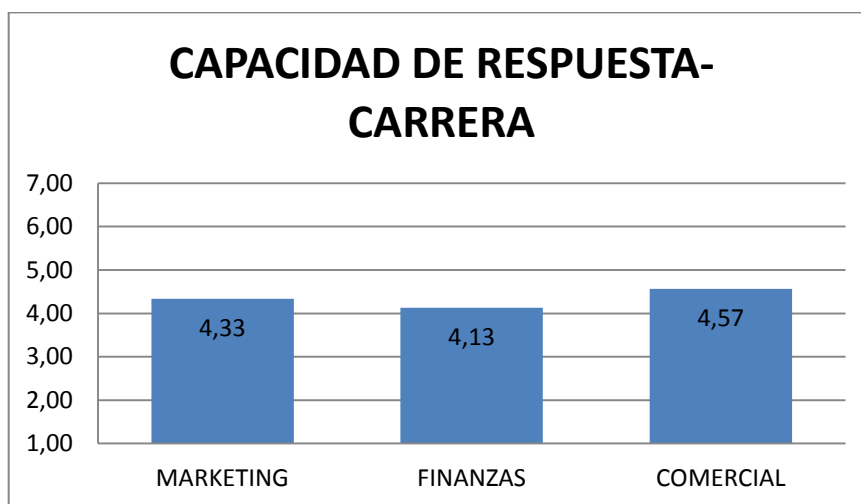


Figura 21. Cruce de Carrera - Capacidad de respuesta

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

La carrera con mayor satisfacción en la capacidad de respuesta que se les entrega a los estudiantes es Comercial y la carrera de finanzas tiene menor satisfacción que las demás carreras.

4.3.2. Análisis bi-variado por variables de dimensiones

Cruce de Cumplimiento - Edad

Tabla 15

Cruce de cumplimiento y edad

| EDAD | Mean | N | Std. Deviation |
|----------------|------|-----|----------------|
| 18-22 | 3.71 | 115 | 1.153 |
| 23-27 | 3.90 | 68 | 1.199 |
| 28-32 | 3.83 | 30 | .950 |
| 33-37 | 3.80 | 15 | 1.265 |
| 38 en adelante | 4.25 | 12 | 1.422 |
| Total | 3.81 | 240 | 1.162 |

Fuente: Estudio de Campo

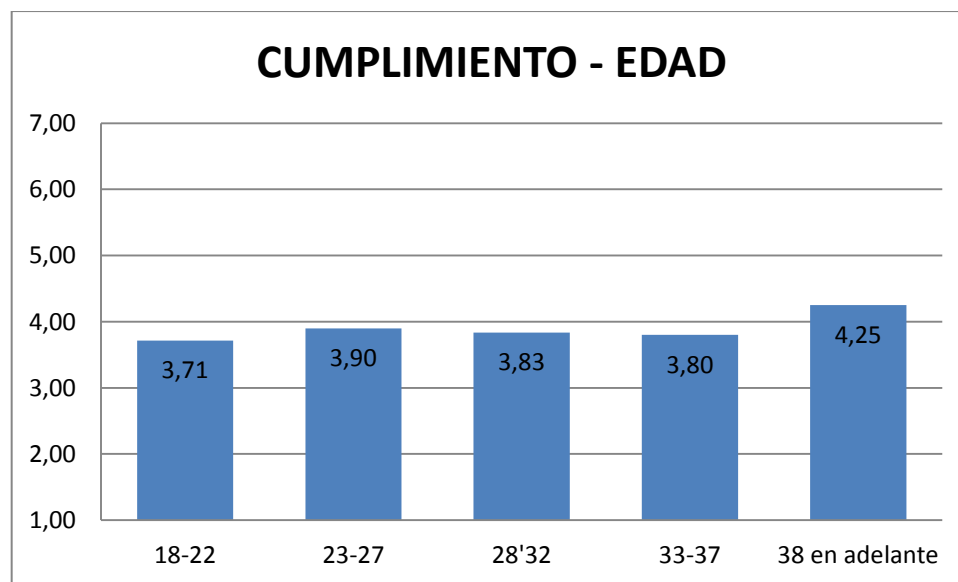


Figura 22. Cruce de cumplimiento – Edad

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

Se puede evidenciar que los estudiantes mayores de 38 años tienen mayor satisfacción con respecto al cumplimiento de sus requerimientos.

Cruce de organización -Edad.

Tabla 16

Cruce de organización y edad

| EDAD | Mean | N | Std. Deviation |
|----------------|------|-----|-------------------|
| 18-22 | 3.69 | 115 | 1.165 |
| 23-27 | 3.82 | 68 | 1.196 |
| 28'32 | 4.27 | 30 | 1.258 |
| 33-37 | 3.80 | 15 | 1.082 |
| 38 en adelante | 4.08 | 12 | 1.165 |
| Total | 3.83 | 240 | 1.187 |

Fuente: Estudio de Campo

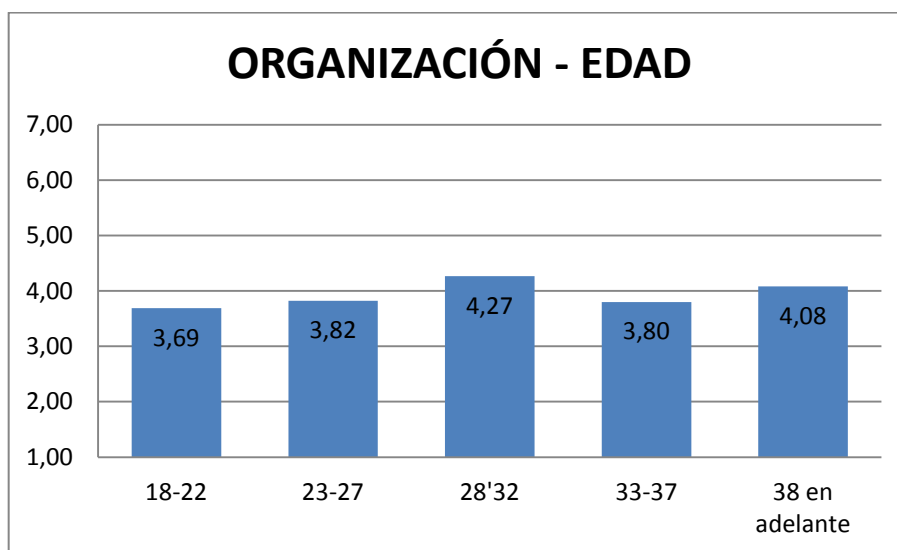


Figura 23. Cruce de organización y edad

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

Los estudiantes con menor edad se encuentran menos satisfechos con la organización que existe en la universidad.

Cruce de Edad-Horarios

Tabla 17

Cruce de Horarios y Edad

| EDAD | Mean | N | Std. Deviation |
|----------------|------|-----|----------------|
| 18-22 | 3.97 | 115 | 1.267 |
| 23-27 | 4.18 | 68 | 1.245 |
| 28'32 | 3.87 | 30 | 1.383 |
| 33-37 | 3.93 | 15 | 1.223 |
| 38 en adelante | 3.75 | 12 | 1.055 |
| Total | 4.00 | 240 | 1.259 |

Fuente: Estudio de Campo

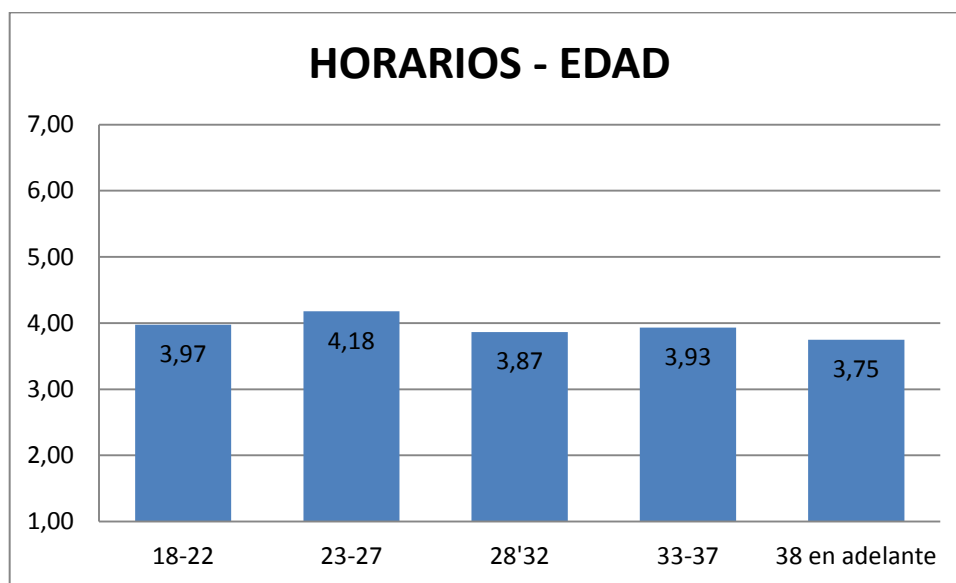


Figura 24. Cruce de edad y Horarios

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En el cruce de las variables Edad y horarios el grupo de personas con mayor edad se siente menormente satisfecho con los horarios, pero en general la mayoría se encuentra en el grupo de insatisfacción en este aspecto.

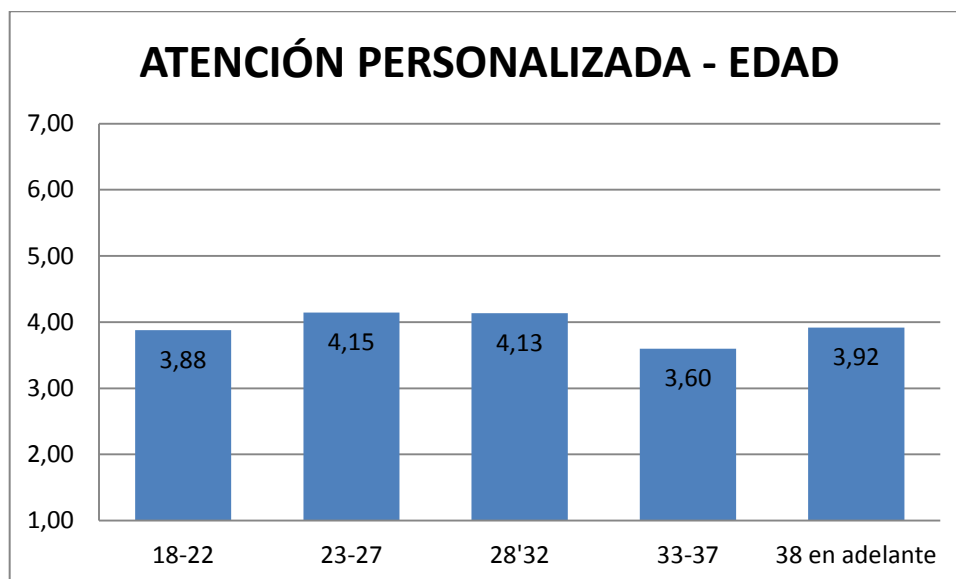
Cruce de Edad y Atención personalizada

Tabla 18***Cruce de atención personalizada y edad***

ATENCIÓN PERSONAL

| EDAD | Mean | N | Std. Deviation |
|----------------|------|-----|----------------|
| 18-22 | 3.88 | 115 | 1.292 |
| 23-27 | 4.15 | 68 | 1.363 |
| 28'32 | 4.13 | 30 | 1.432 |
| 33-37 | 3.60 | 15 | 1.242 |
| 38 en adelante | 3.92 | 12 | 1.443 |
| Total | 3.97 | 240 | 1.333 |

Fuente: Estudio de Campo

**Figura 25. Cruce de edad y atención personalizada**

Fuente: Estudio de Campo

Cruce de Organización-Género

Tabla 19

Cruce de organización y género

| GÉNERO | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------|------|-----|----------------|
| FEMENINO | 3.73 | 168 | 1.166 |
| MASCULINO | 4.04 | 72 | 1.215 |
| Total | 3.83 | 240 | 1.187 |

Fuente: Estudio de Campo

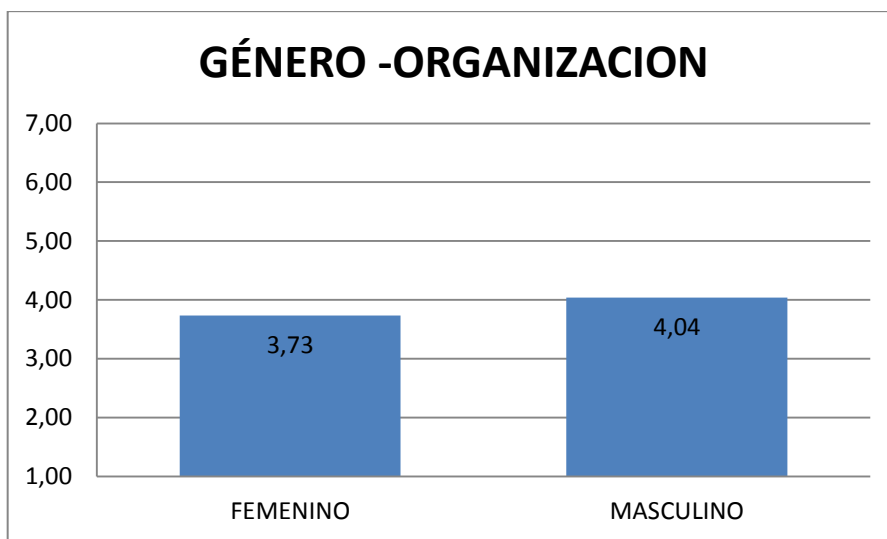


Figura 26. Cruce de organización y género

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En el cruce de Género y organización se pudo obtener que el género masculino no se encuentra ni satisfecho ni insatisfecho con el servicio y las mujeres están insatisfechas con la organización de la universidad.

Cruce de Ingresos y resolución de problemas

Tabla 20

Cruce de Resolución de problemas e Ingresos

| INGRESOS MENSUALES | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------------------|------|-----|-------------------|
| 100-200 | 4.17 | 77 | 1.559 |
| 201-300 | 4.04 | 24 | 1.756 |
| 301-400 | 4.10 | 62 | 1.422 |
| MAS DE 400 | 3.95 | 76 | 1.413 |
| Total | 4.07 | 239 | 1.494 |

Fuente: Estudio de Campo

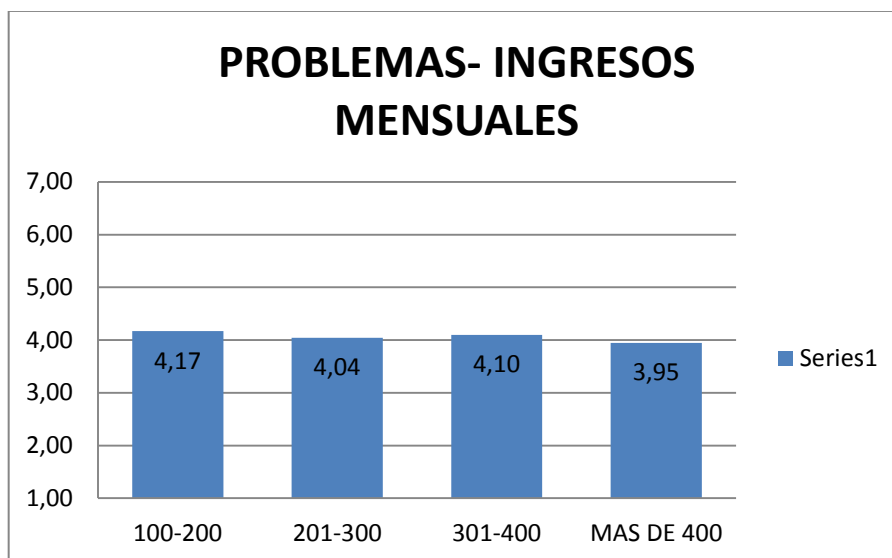


Figura 27. Cruce de resolución de problemas- Ingresos

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En las variables relacionadas de Ingresos mensuales con resolución de problemas se pudo obtener que las personas con ingresos mayores a \$400 tienden a estar insatisfechos con la resolución de problemas por parte de todos los involucrados en el servicio.

Cruce de atención personalizada - Ingresos

Tabla 21

Cruce de Ingresos y atención personalizada

| INGRESOS MENSUALES | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------------------|------|-----|-------------------|
| 100-200 | 4.12 | 77 | 1.214 |
| 201-300 | 3.79 | 24 | 1.474 |
| 301-400 | 4.03 | 62 | 1.330 |
| MAS DE 400 | 3.83 | 77 | 1.409 |
| Total | 3.97 | 240 | 1.333 |

Fuente: Estudio de Campo

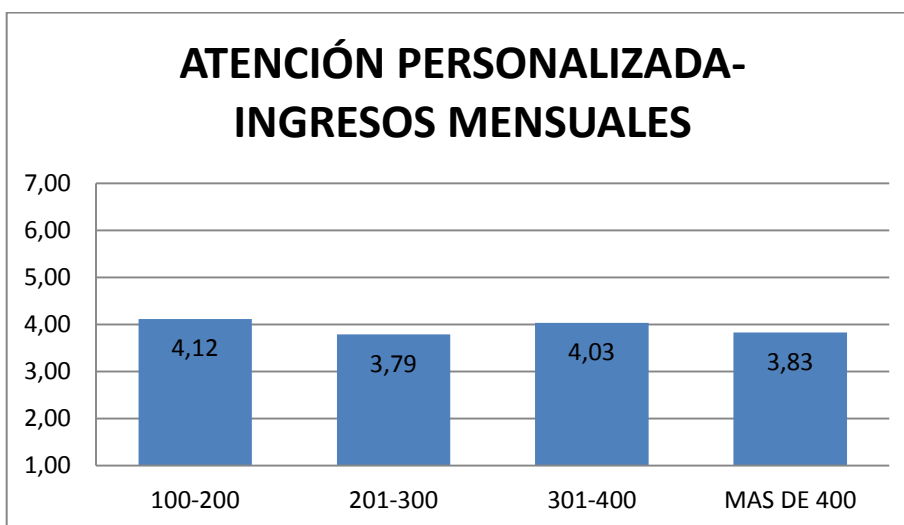


Figura 28. Cruce de género y atención personalizada

Fuente: Estudio de Campo

Cruce de resolución de problemas – Tipo de colegio

Tabla 22

Cruce de resolución de problemas y tipo de colegio

| TIPO DE COLEGIO | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------------|------|-----|----------------|
| FISCAL | 4.15 | 150 | 1.453 |
| PARTICULAR | 3.93 | 73 | 1.494 |
| FISCOMISIONAL | 3.94 | 16 | 1.879 |
| Total | 4.07 | 239 | 1.494 |

Fuente: Estudio de Campo

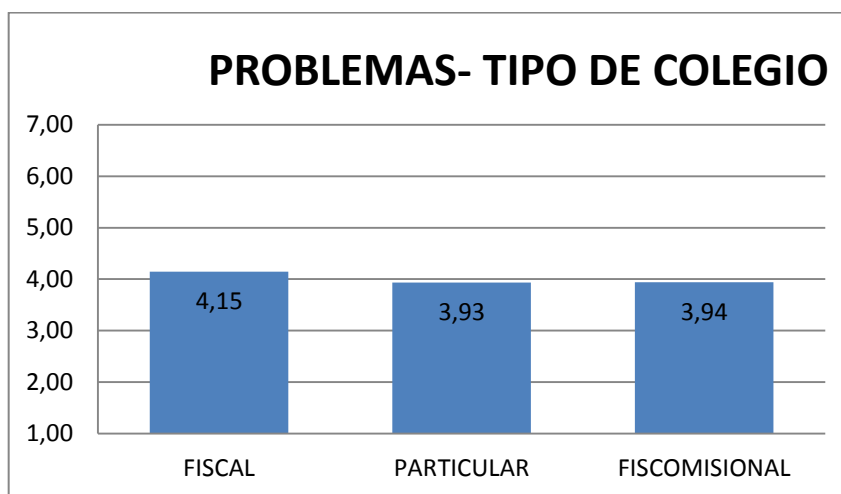


Figura 29. Cruce de resolución de problemas y tipo de colegio

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En el cruce de las variables tipo de colegio y resolución de los problemas los estudiantes de colegio particular y fiscomisional se encuentran menormente satisfechos que los de colegio fiscal.

Cruce de Información – ocupación

Tabla 23***Cruce de Información-Ocupación***

INFORMACIÓN

| OCUPACIÓN | Mean | N | Std. Deviation |
|---------------------|------|-----|-------------------|
| SOLO ESTUDIAR | 3.84 | 73 | 1.131 |
| EMPLEADO PRIVADO | 3.76 | 102 | 1.228 |
| EMPLEADO PUBLICO | 3.59 | 39 | 1.428 |
| NEGOCIO PROPIO | 3.90 | 20 | 1.210 |
| AMA DE CASA | 4.00 | 6 | 1.549 |
| Total | 3.78 | 240 | 1.234 |

Fuente: Estudio de Campo

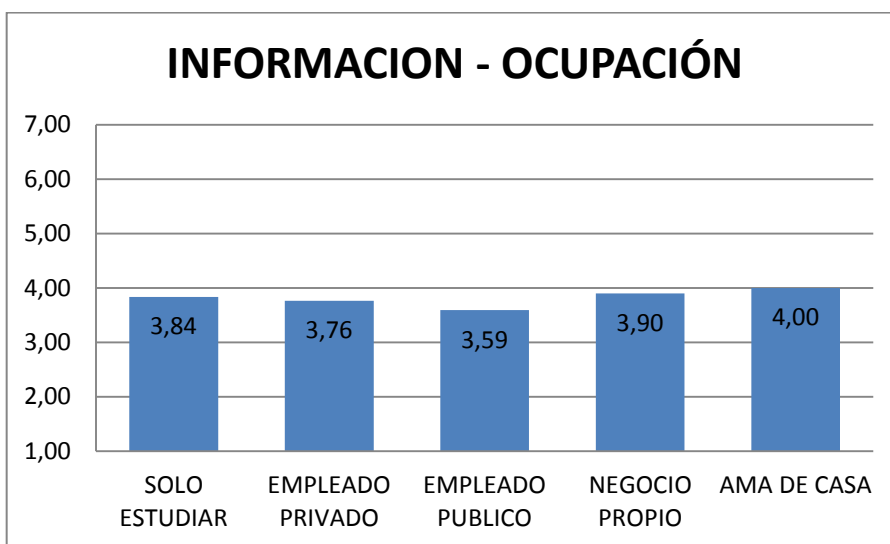


Figura 30. Cruce de Información-Ocupación

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

La mayor parte de las ocupaciones se encuentran insatisfechas con la información que reciben en especial los que trabajan en el sector público.

Cruce de organización – Lugar de residencia

Tabla 24

Organización y lugar de residencia

| ORGANIZACIÓN | | | |
|---------------------|------|-----|----------------|
| LUGAR DE RESIDENCIA | Mean | N | Std. Deviation |
| NORTE | 3.49 | 45 | 1.180 |
| SUR | 3.72 | 68 | 1.144 |
| VALLES | 3.65 | 57 | 1.094 |
| OTRA CIUDAD | 4.29 | 70 | 1.193 |
| Total | 3.83 | 240 | 1.187 |

Fuente: Estudio de Campo

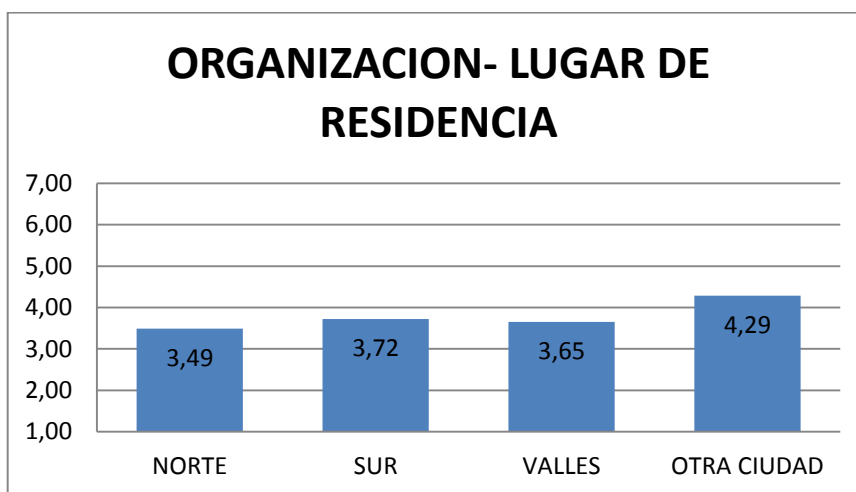


Figura 31. Cruce de Organización- Lugar de residencia

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En la relación de lugar de residencia con la organización se pudo obtener que los estudiantes que residen en la zona norte de la ciudad están mayormente insatisfechos con la organización en el departamento.

Cruce de Actitud-Lugar de residencia

Tabla 25

Actitud y lugar de residencia

| LUGAR DE RESIDENCIA | Mean | N | Std. Deviation |
|---------------------|------|-----|----------------|
| NORTE | 3.96 | 45 | 1.397 |
| SUR | 4.29 | 68 | 1.372 |
| VALLES | 4.19 | 57 | 1.260 |
| OTRA CIUDAD | 4.29 | 70 | 1.395 |
| Total | 4.20 | 240 | 1.355 |

Fuente: Estudio de Campo

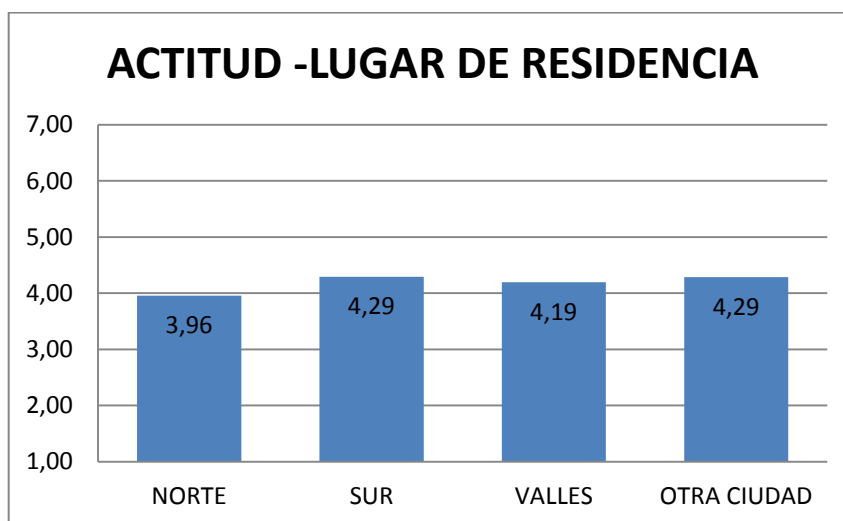


Figura 32. Actitud-Lugar de residencia

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

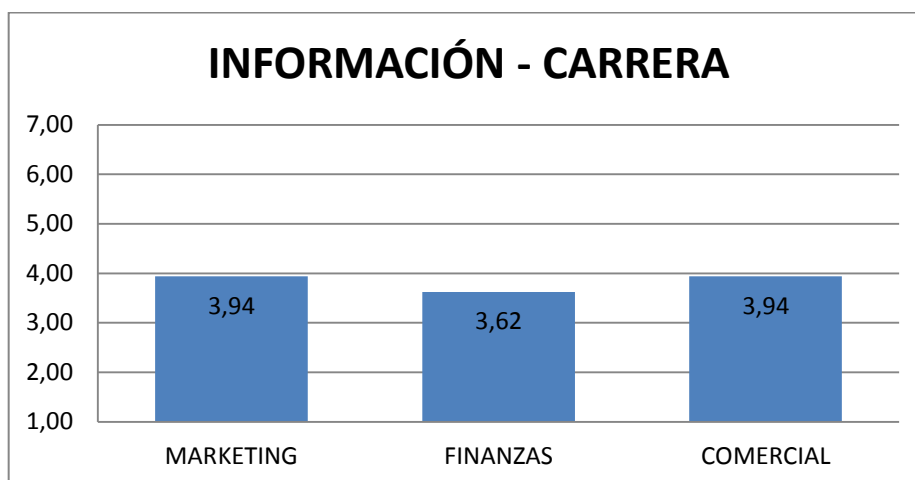
Al relacionar la variable lugar de residencia y la Actitud de los directores de carrera, secretaria, abogado del departamento se pudo obtener que los estudiantes que residen en el norte están menormente satisfechos en este aspecto a comparación de quienes residen en el Sur que no están ni satisfecho ni insatisfechos.

Cruce de Información - Carrera

Tabla 26***Cruce de Información-Carrera***

| CARRERA | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------|------|-----|-------------------|
| MARKETING | 3.94 | 32 | 1.243 |
| FINANZAS | 3.62 | 124 | 1.317 |
| COMERCIAL | 3.94 | 84 | 1.079 |
| Total | 3.78 | 240 | 1.234 |

Fuente: Estudio de Campo

**Figura 33. Cruce de carrera- Información**

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

Los estudiantes de las tres carreras se encuentran insatisfechos con la información que reciben pero aquellos estudiantes que tienen menor satisfacción son los estudiantes de la carrera de finanzas.

Cruce de Cumplimiento - Carrera

Tabla 27

Cruce de Cumplimiento y Carrera

| CARRERA | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------|------|-----|----------------|
| MARKETING | 3.84 | 32 | 1.298 |
| FINANZAS | 3.68 | 124 | 1.193 |
| COMERCIAL | 4.00 | 84 | 1.041 |
| Total | 3.81 | 240 | 1.162 |

Fuente: Estudio de Campo

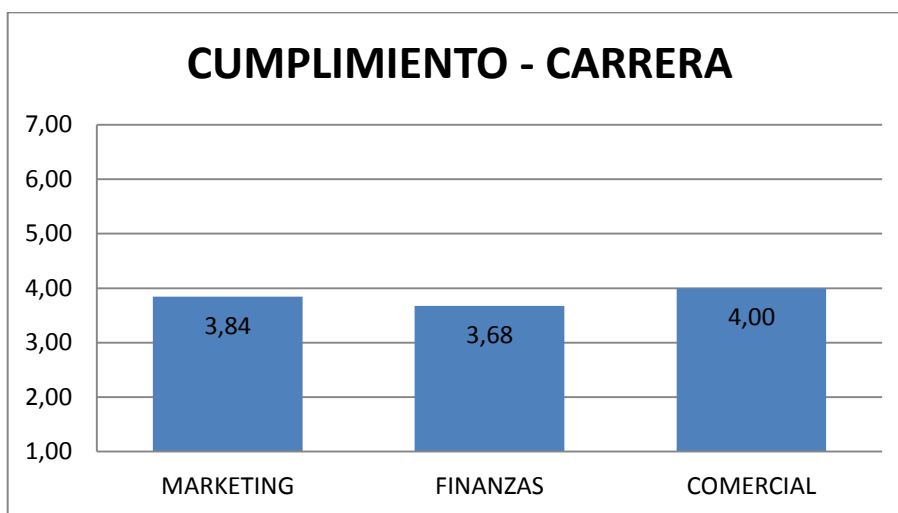


Figura 34. Cruce de carrera- Cumplimiento

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

Se pudo obtener que si existe relación entre la carrera y el cumplimiento que se le das a los requerimientos de los estudiantes, ya que los estudiantes de comercial no están

ni satisfechos ni insatisfechos pero los estudiantes de marketing y finanzas se encuentran insatisfechos en este aspecto.

Cruce de Organización -Carrera

Tabla 28

Cruce de Organización -Carrera

| CARRERA | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------|------|-----|----------------|
| MARKETING | 3.69 | 32 | 1.176 |
| FINANZAS | 3.73 | 124 | 1.204 |
| COMERCIAL | 4.01 | 84 | 1.156 |
| Total | 3.83 | 240 | 1.187 |

Fuente: Estudio de Campo

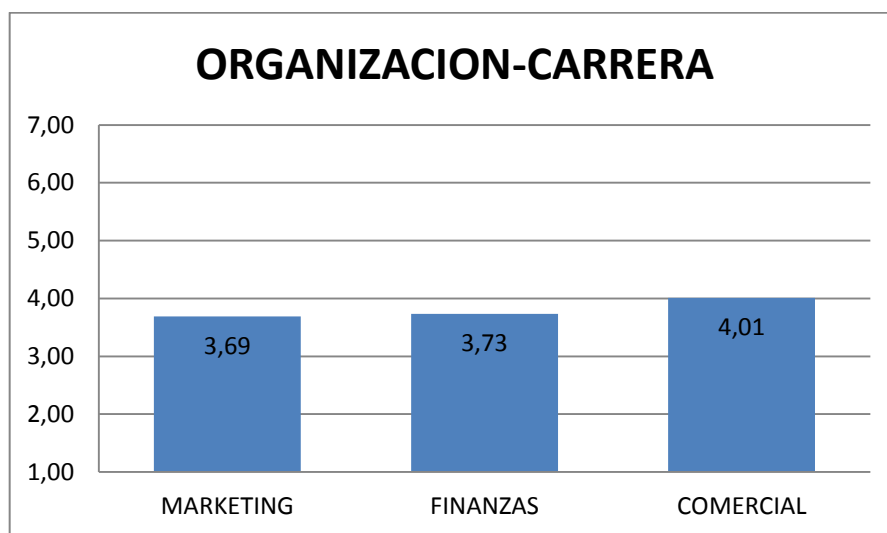


Figura 35. Cruce de Organización-Carrera

Fuente: Estudio de Campo

Cruce de Actitud-Carrera

Tabla 29

Cruce de Actitud-Carrera

ACTITUD

| CARRERA | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------|------|-----|----------------|
| MARKETING | 4.25 | 32 | 1.344 |
| FINANZAS | 4.00 | 124 | 1.349 |
| COMERCIAL | 4.49 | 84 | 1.331 |
| Total | 4.20 | 240 | 1.355 |

Fuente: Estudio de Campo

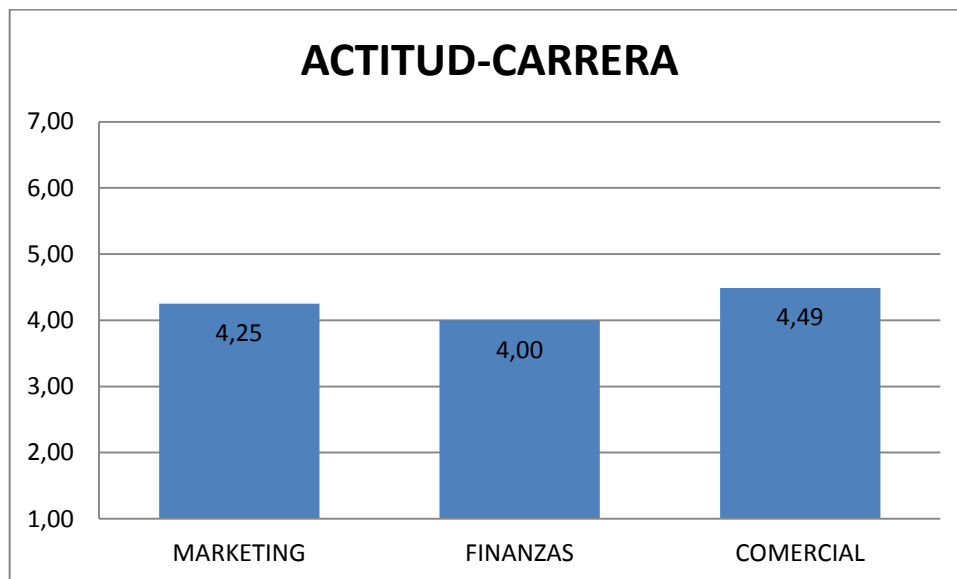


Figura 36. Cruce de Actitud - Carrera

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En la actitud se pudo obtener que la carrera de finanzas obtuvo menor satisfacción en la sub-dimensión Actitud.

Cruce de Respuesta oportuna –Carrera

Tabla 30

Cruce de Respuesta oportuna-Carrera

| CARRERA | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------|------|-----|----------------|
| MARKETING | 4.16 | 32 | 1.483 |
| FINANZAS | 3.85 | 124 | 1.250 |
| COMERCIAL | 4.27 | 84 | 1.339 |
| Total | 4.04 | 240 | 1.324 |

Fuente: Estudio de Campo

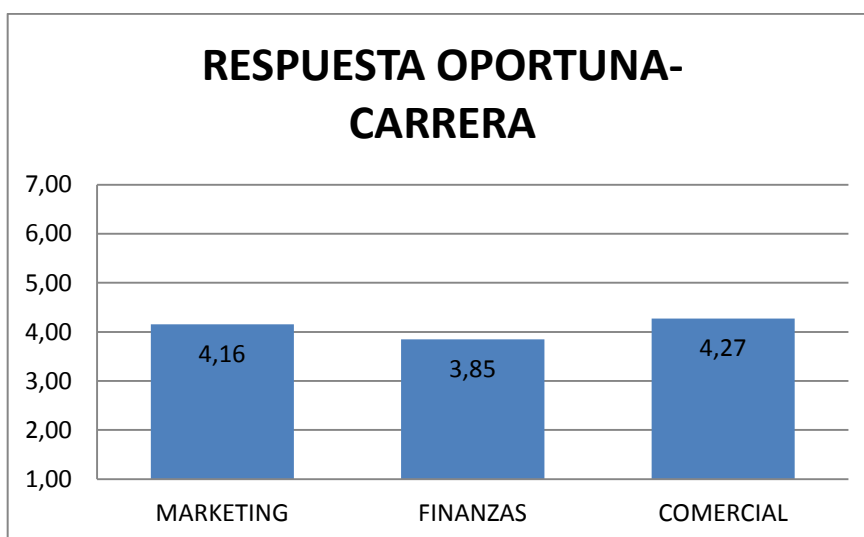


Figura 37. Cruce de Respuesta oportuna -Carrera

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

Existe relación entre la carrera y la respuesta oportuna a sus requerimientos ya que las carreras de Marketing y comercial no están ni satisfechos pero tampoco insatisfechos por el contrario de los estudiantes de la carrera de finanzas quienes si están insatisfechos en este aspecto.

Cruce de Atención personalizada - Carrera

Tabla 31

Cruce de Atención personalizada - Carrera

| CARRERA | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------|------|-----|-------------------|
| MARKETING | 4.06 | 32 | 1.435 |
| FINANZAS | 3.74 | 124 | 1.367 |
| COMERCIAL | 4.27 | 84 | 1.186 |
| Total | 3.97 | 240 | 1.333 |

Fuente: Estudio de Campo

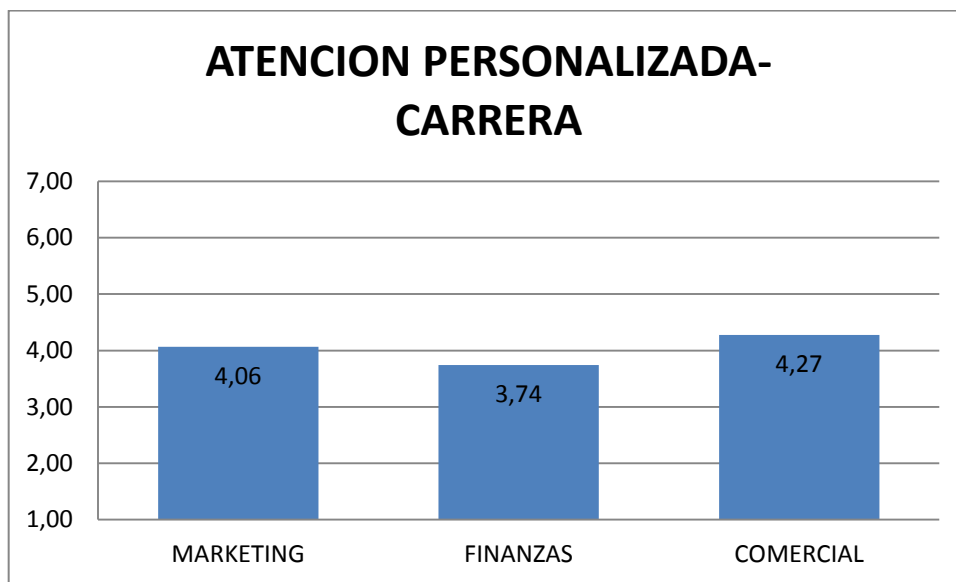


Figura 38. Cruce de Atención personalizada -Carrera

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

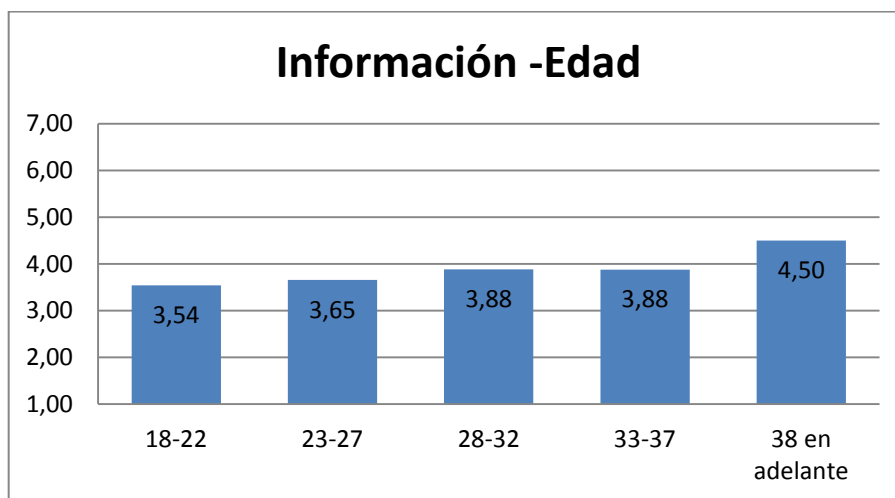
Al relacionar la variable de carrera con la atención personalizada se pudo determinar que los estudiantes de finanzas están insatisfechos con este aspecto a comparación de las carreras de marketing y comercial.

4.3.3. Análisis bi variado para centro de apoyo Sangolquí

Cruce de Información - Edad

Tabla 32***Cruce de Información centro de apoyo Sangolquí -Edad***

| EDAD | Mean | N | Std. Deviation |
|----------------|------|-----|----------------|
| 18-22 | 3,54 | 91 | 1,241 |
| 23-27 | 3,65 | 52 | 1,186 |
| 28-32 | 3,88 | 17 | ,928 |
| 33-37 | 3,88 | 8 | ,835 |
| 38 en adelante | 4,50 | 2 | ,707 |
| Total | 3,64 | 170 | 1,175 |

Fuente: Estudio de Campo**Figura 39. Cruce de Información centro de apoyo Sangolquí-Edad****Fuente: Estudio de Campo**

Análisis

Los estudiantes con edades de 38 años en adelante tienden a estar satisfechos con la información que reciben en el centro de apoyo Sangolquí y a menor edad tienden a sentirse insatisfechos con la información que reciben.

Cruce de Cumplimiento-Edad

Tabla 33

Cruce de Cumplimiento centro de apoyo Sangolquí-Edad

| EDAD | Mean | N | Std. Deviation |
|----------------|------|-----|----------------|
| 18-22 | 3,65 | 91 | 1,187 |
| 23-27 | 3,75 | 52 | 1,203 |
| 28-32 | 4,00 | 17 | ,791 |
| 33-37 | 3,88 | 8 | ,641 |
| 38 en adelante | 5,00 | 2 | 1,414 |
| Total | 3,74 | 170 | 1,143 |

Fuente: Estudio de Campo

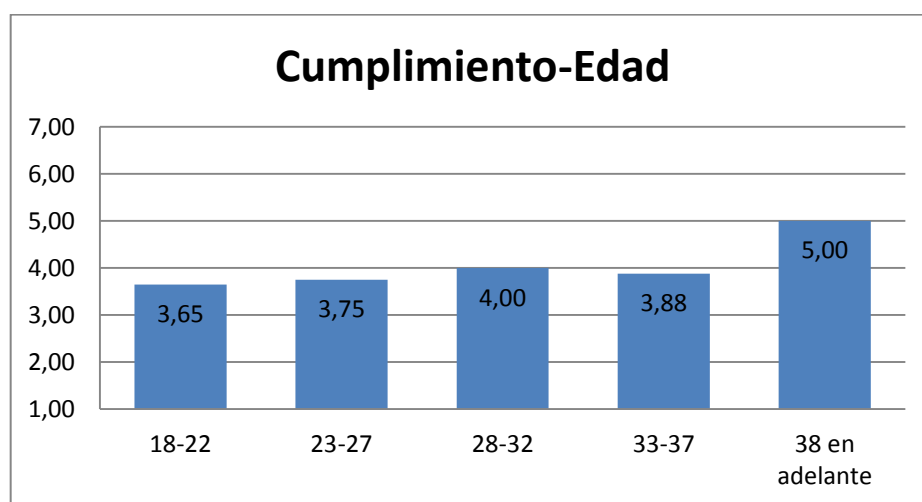


Figura 40. Cruce de Edad-Cumplimiento centro de apoyo Sangolquí

Fuente: Estudio de Campo

Cruce de Organización-Edad

Tabla 34

Cruce de Organización centro de apoyo Sangolquí-Edad

| EDAD | Mean | N | Std. Deviation |
|----------------|------|-----|----------------|
| 18-22 | 3,57 | 91 | 1,203 |
| 23-27 | 3,62 | 52 | 1,032 |
| 28-32 | 3,94 | 17 | 1,029 |
| 33-37 | 3,88 | 8 | ,835 |
| 38 en adelante | 4,50 | 2 | 2,121 |
| Total | 3,65 | 170 | 1,127 |

Fuente: Estudio de Campo

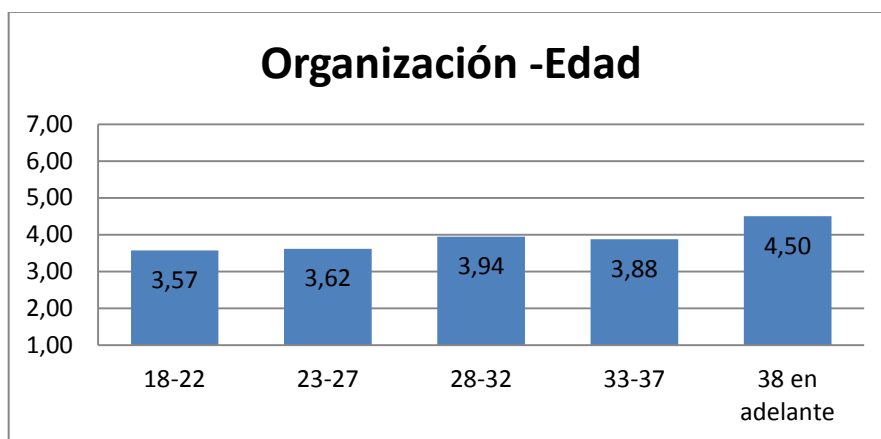


Figura 41. Cruce de Organización centro de apoyo Sangolquí –Edad

Fuente: Estudio de Campo

Cruce de Respuesta oportuna-Edad

Tabla 35

Cruce de Respuesta oportuna centro de apoyo Sangolquí -Edad

| EDAD | Mean | N | Std. Deviation |
|----------------|------|-----|----------------|
| 18-22 | 3,88 | 91 | 1,298 |
| 23-27 | 4,12 | 52 | 1,395 |
| 28'32 | 4,29 | 17 | 1,532 |
| 33-37 | 3,75 | 8 | ,886 |
| 38 en adelante | 5,00 | 2 | ,000 |
| Total | 4,00 | 170 | 1,332 |

Fuente: Estudio de Campo

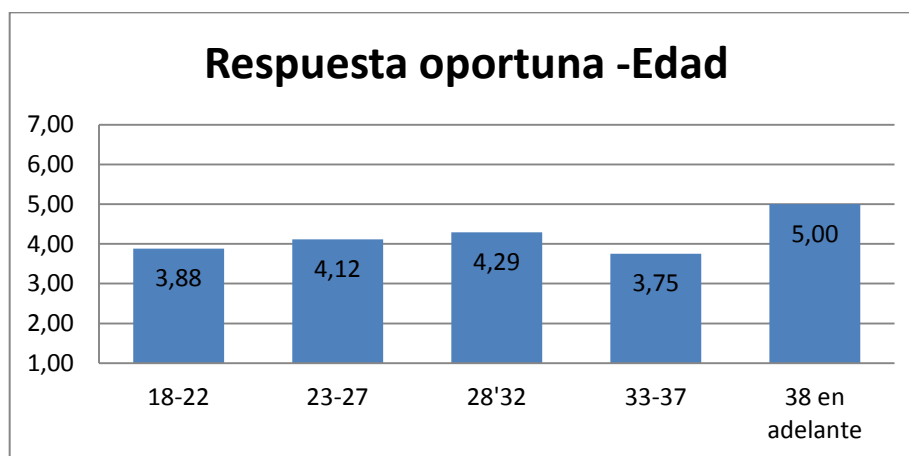


Figura 42. Cruce de Edad-Respuesta oportuna centro de apoyo Sangolquí

Fuente: Estudio de Campo

Análisis de la variable Edad

Se pudo obtener que la edad está directamente relacionada con la satisfacción de los diferentes aspectos de las dimensiones a mayor edad existe mayor satisfacción en la organización, cumplimiento, respuesta oportuna y a menor existe una tendencia hacia la insatisfacción en la mayoría de los elementos.

Cruce de Horarios-Ingresos mensuales

Tabla 36

Cruce de Horarios centro de apoyo Sangolquí-Ingresos mensuales

| INGRESOS MENSUALES | Mean | N | Std. Deviation |
|--------------------|------|-----|----------------|
| 100-200 | 4,20 | 56 | 1,445 |
| 201-300 | 3,94 | 16 | 1,340 |
| 301-400 | 3,96 | 45 | 1,107 |
| MAS DE 400 | 3,81 | 53 | 1,161 |
| Total | 3,99 | 170 | 1,264 |

Fuente: Estudio de Campo

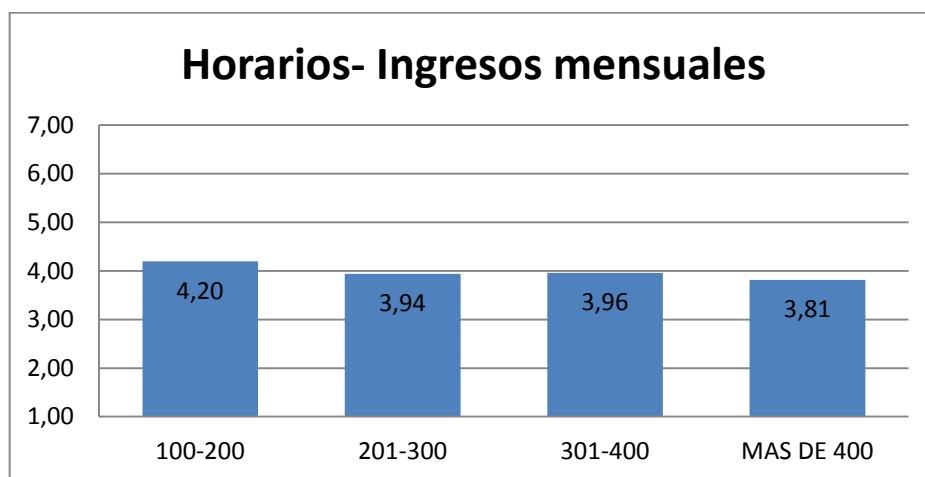


Figura 43. Cruce de Horarios centro de apoyo Sangolquí-Ingresos mensuales

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En el cruce de las variables Ingresos mensuales y horarios se puede evidenciar que a mayor ingreso de los estudiantes existe insatisfacción en los horarios que existen actualmente.

Cruce de Problemas- Ocupación

Tabla 37

Cruce de Problemas centro de apoyo Sangolquí –Ocupación

| OCUPACIÓN | Mean | N | Std. Deviation |
|---------------------|------|-----|-------------------|
| SOLO ESTUDIAR | 3,93 | 59 | 1,461 |
| EMPLEADO PRIVADO | 3,88 | 75 | 1,452 |
| EMPLEADO PUBLICO | 4,15 | 26 | 1,826 |
| NEGOCIO PROPIO | 4,13 | 8 | 1,642 |
| AMA DE CASA | 5,00 | 1 | . |
| Total | 3,96 | 169 | 1,513 |

Fuente: Estudio de Campo

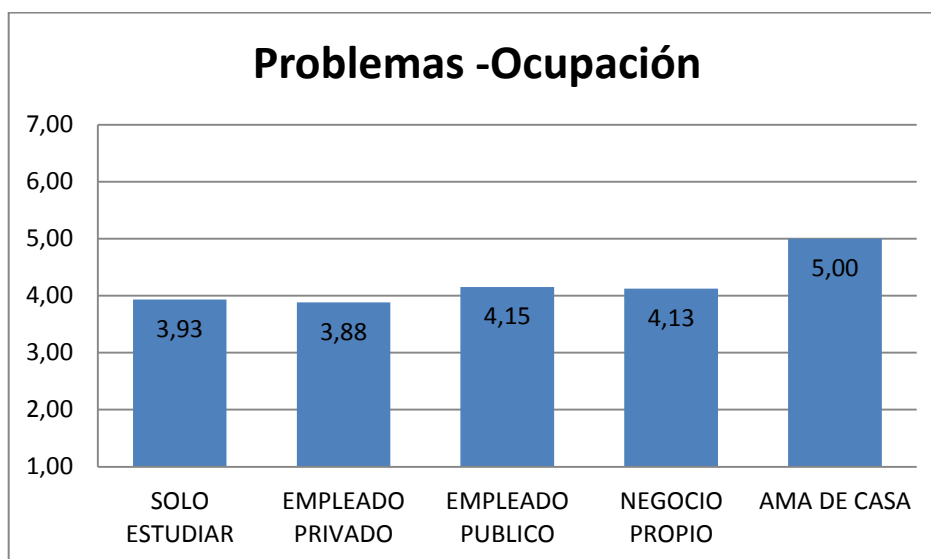


Figura 44. Cruce Problemas centro de apoyo Sangolquí –Ocupación

Fuente: Estudio de Campo

Cruce de Atención personal – Ocupación

Tabla 38

Cruce de Atención personal centro de apoyo Sangolquí –Ocupación

| OCUPACIÓN | Mean | N | Std. Deviation |
|------------------|------|-----|----------------|
| SOLO ESTUDIAR | 3,85 | 59 | 1,127 |
| EMPLEADO PRIVADO | 3,91 | 76 | 1,462 |
| EMPLEADO PUBLICO | 4,12 | 26 | 1,505 |
| NEGOCIO PROPIO | 3,63 | 8 | 1,302 |
| AMA DE CASA | 5,00 | 1 | . |
| Total | 3,91 | 170 | 1,345 |

Fuente: Estudio de Campo

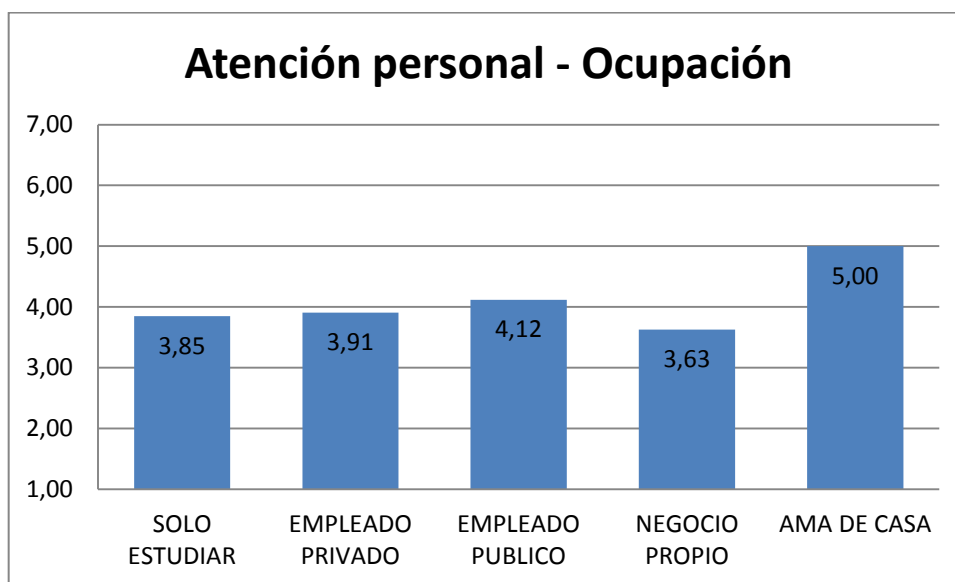


Figura 45. Cruce de Atención personal centro de apoyo Sangolquí –Ocupación

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En la relación de la variable Ocupación y atención personal se puede obtener que las estudiantes que como ocupación tienen ama de casa se encuentran satisfechas con el servicio, mientras que los que tienen un negocio propio son los que tienden a estar insatisfechos con la atención personal que reciben.

Cruce de Instalaciones -Carrera

Tabla 39***Cruce de Instalaciones centro de apoyo Sangolquí -Carrera***

| CARRERA | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------|------|-----|----------------|
| MARKETING | 4,52 | 23 | 1,377 |
| FINANZAS | 3,97 | 90 | 1,465 |
| COMERCIAL | 4,79 | 57 | 1,333 |
| Total | 4,32 | 170 | 1,453 |

Fuente: Estudio de Campo

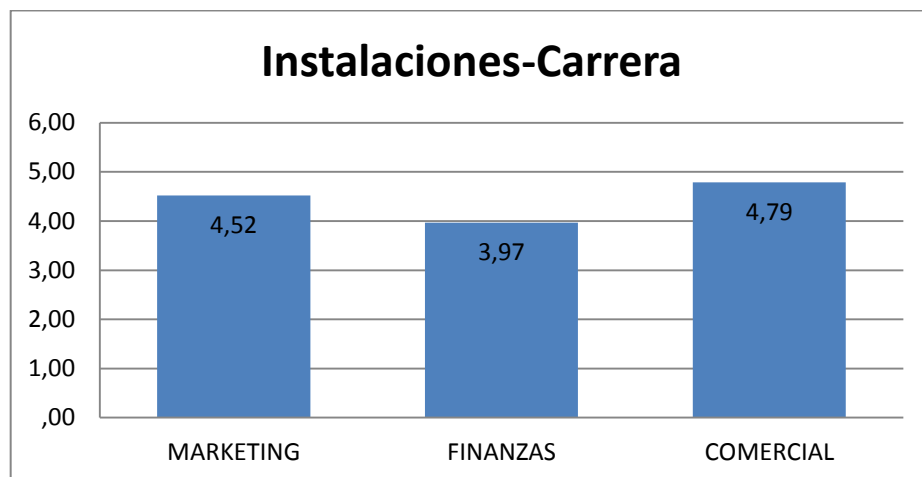


Figura 46. Cruce de Instalaciones centro de apoyo Sangolquí –Carrera

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

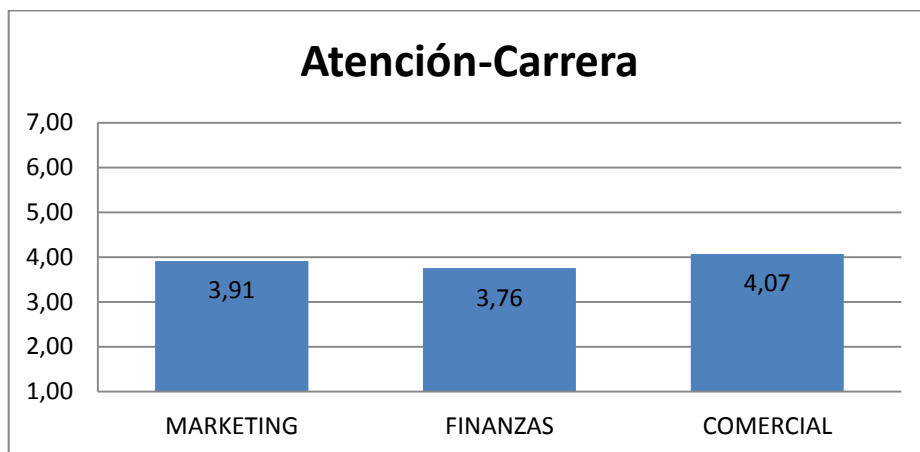
Se pudo encontrar que en la carrera de finanzas los estudiantes no se encuentran satisfechos con las instalaciones universitarias.

Cruce de Atención-Carrera

Tabla 40**Cruce de Atención centro de apoyo Sangolquí-Carrera**

| CARRERA | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------|------|-----|----------------|
| MARKETING | 3,91 | 23 | 1,345 |
| FINANZAS | 3,76 | 90 | 1,284 |
| COMERCIAL | 4,07 | 57 | 1,307 |
| Total | 3,88 | 170 | 1,300 |

Fuente: Estudio de Campo

**Figura 47. Cruce de Atención centro de apoyo Sangolquí-Carrea**

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En el centro de apoyo Sangolquí se pudo determinar que los estudiantes de las carreras de finanzas y marketing están insatisfechos con la atención que reciben mientras que comercial por una ligera diferencia no están ni satisfecho ni insatisfechos.

Cruce de Resolución de problemas-Carrera

Tabla 41

Cruce de Resolución de Problemas centro de apoyo Sangolquí-Carrera

| CARRERA | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------|------|-----|----------------|
| MARKETING | 4,09 | 23 | 1,564 |
| FINANZAS | 3,88 | 89 | 1,529 |
| COMERCIAL | 4,04 | 57 | 1,488 |
| Total | 3,96 | 169 | 1,513 |

Fuente: Estudio de Campo

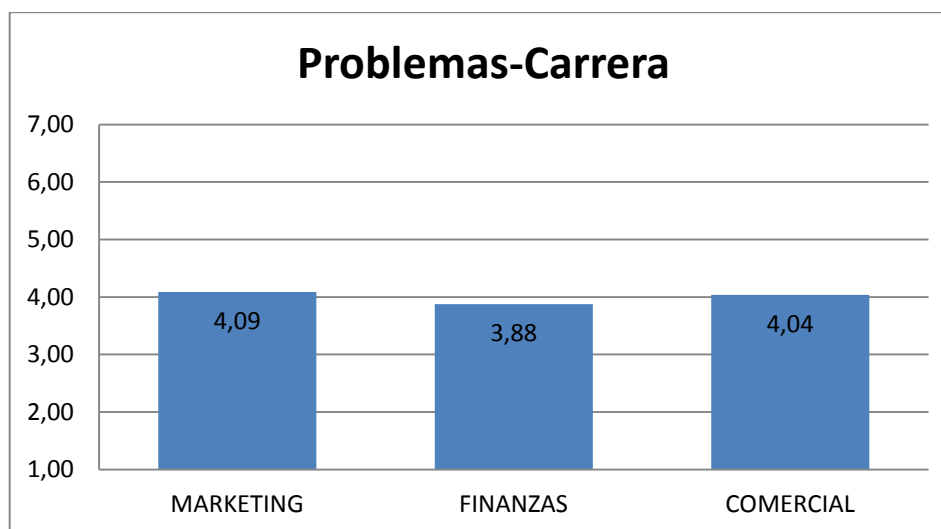


Figura 48. Cruce de Resolución de Problemas centro de apoyo Sangolquí – Carrera

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En la relación de la variable carrera y la resolución de problemas se puede evidenciar que en la carrera de Finanzas existe insatisfacción mientras que las carreras de

Marketing y comercial no están satisfecho ni insatisfechos con la resolución que se les da a sus problemas universitarios.

Cruce de Atención adecuada –Carrera

Tabla 42

Cruce de Atención adecuada centro de apoyo-Carrera

ATENCIÓN ADECUADA

| CARRERA | Mean | N | Std. Deviation |
|-----------|------|-----|----------------|
| MARKETING | 4,04 | 23 | 1,637 |
| FINANZAS | 4,12 | 90 | 1,314 |
| COMERCIAL | 4,68 | 57 | 1,352 |
| Total | 4,30 | 170 | 1,392 |

Fuente: Estudio de Campo

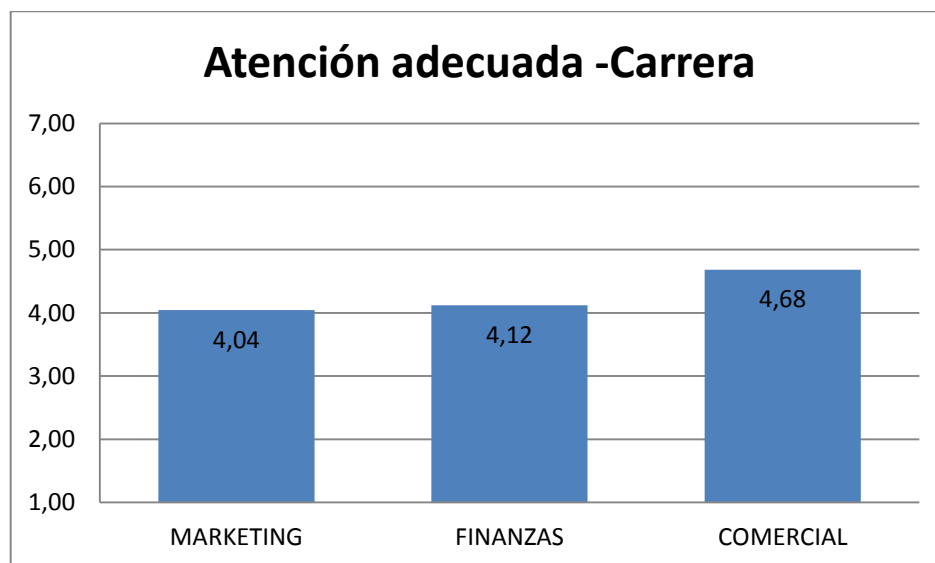


Figura 49. Cruce de Atención adecuada centro de apoyo –Carrera

Fuente: Estudio de Campo

4.3.4. Informe final de análisis bi-variado

Se puede obtener que tanto a nivel del centro de apoyo Sangolquí y de todos los centros de apoyo a mayor edad existe una tendencia hacia la satisfacción en la dimensión de confiabilidad mientras que en los otros aspectos existe pequeñas diferencias.

En cuanto al aspecto de los horarios los estudiantes que tienen mayor edad tienden a estar más insatisfechos que los otros grupos de edades tanto en todos los centros de apoyo como en el análisis del centro de apoyo Sangolquí.

Los estudiantes de género masculino en su opinión con respecto a la organización difieren de las mujeres ya que para los hombres la organización no es ni satisfactoria ni insatisfactoria pero para el género opuesto este aspecto es insatisfactorio lo cual tiene más peso en las mujeres ya que éstas representan la mayor parte de los estudiantes.

Aquellos estudiantes que residen en la parte norte de Quito son quienes se encuentran mayormente insatisfechos con el servicio en general que se les entrega, mientras los estudiantes de otras ciudades o de los demás centros de apoyo están satisfechos con el servicio en general.

Los estudiantes de la carrera de finanzas de todos los centros de apoyo al igual que los estudiantes de Sangolquí se encuentran insatisfechos con el servicio que reciben en general.

CAPITULO V

MODELO SERVQUAL

5.1. Aplicación del modelo SERVQUAL para todos los estudiantes del DCEAC modalidad a distancia.

5.1.1. Percepciones

Las siguientes tablas y gráficos mostraran el resultado de cada dimensión evaluada con las variables a medir en cada uno de los ítems a calificar por parte del encuestado.

Dimensión Confiabilidad

Tabla 43

Promedio de variables confiabilidad

| CONFIABILIDAD | |
|---------------|------|
| INFORMACIÓN | 4.11 |
| CUMPLIMIENTO | 4.16 |

Fuente: Estudio de Campo

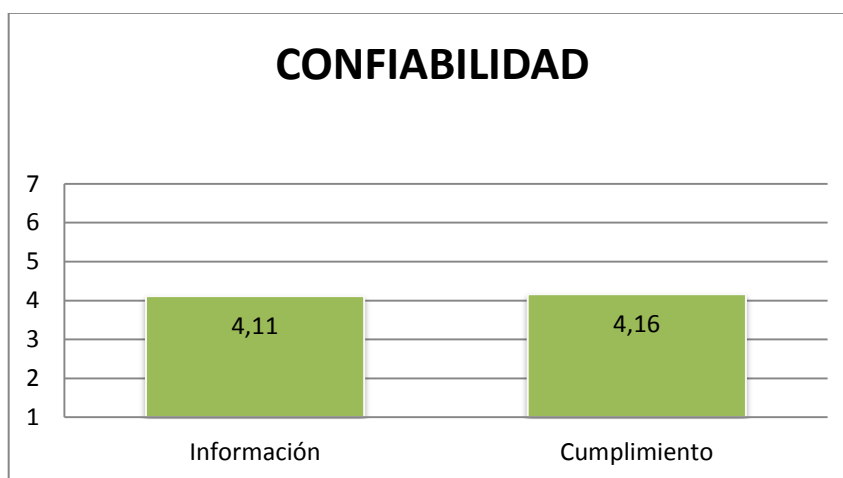


Figura 50. Dimensión confiabilidad

Fuente: Estudio de Campo

Análisis Figura 50:

En la dimensión de confiabilidad al analizar la información y el cumplimiento se pudo obtener un menor puntaje en la información que reciben los estudiantes, pero solo con un poco de diferencia el cumplimiento de sus requerimientos.

Dimensión Tangibilidad

Tabla 44

Promedio de variables tangibilidad

| TANGIBILIDAD | |
|---------------------------|------|
| INSTALACIONES | 4.76 |
| LIMPIEZA | 4.68 |
| EQUIPOS | 4.63 |
| CALIDAD EN LOS MATERIALES | 4.64 |

Fuente: Estudio de Campo

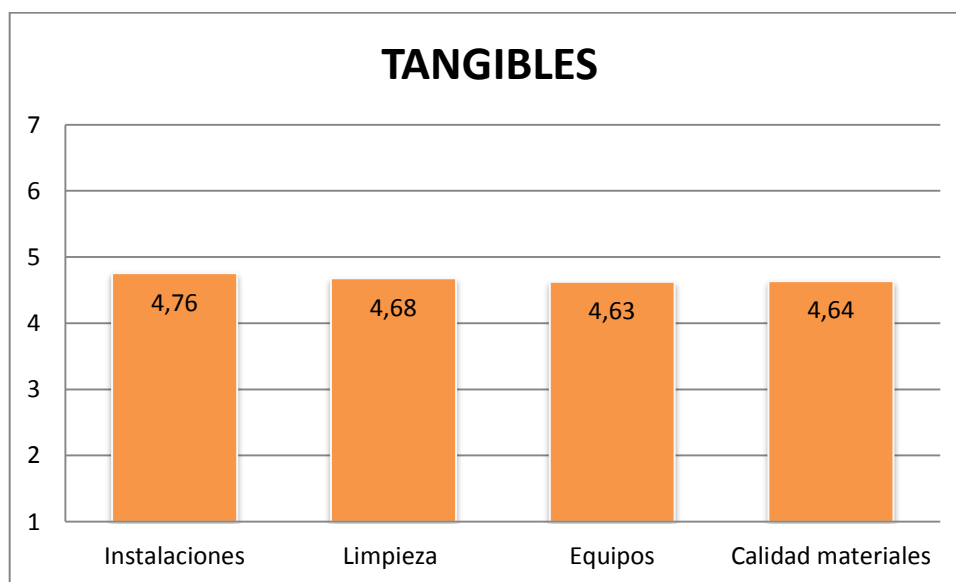


Figura 51. Dimensión tangibles

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

Las subdimensiones de la dimensión de tangibles en la que se obtuvo menores puntajes son en los Equipos y la calidad de los materiales en cuanto a las instalaciones fue donde mayor puntaje de obtuvo.

Dimensión Capacidad de Respuesta

Tabla 45

Promedio variables de capacidad de respuesta

| CAPACIDAD DE RESPUESTA | |
|-------------------------------|------|
| ORGANIZACIÓN | 4.17 |
| ATENCIÓN | 4.27 |
| ACTITUD | 4.41 |
| RESPUESTA OPORTUNA | 4.3 |

Fuente: Estudio de Campo

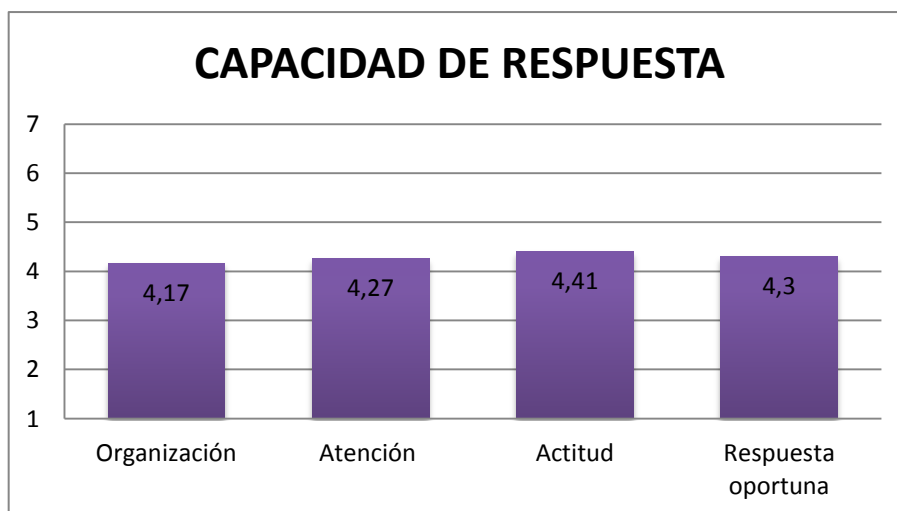


Figura 52. Dimensión capacidad de respuesta

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En la dimensión de capacidad de respuesta se pudo obtener dos aspectos con menor puntaje el principal es la organización y el segundo la atención.

Dimensión Seguridad

Tabla 46

Promedio de variable seguridad

| SEGURIDAD | |
|------------------|------|
| CONFIANZA | 4.64 |

Fuente: Estudio de Campo

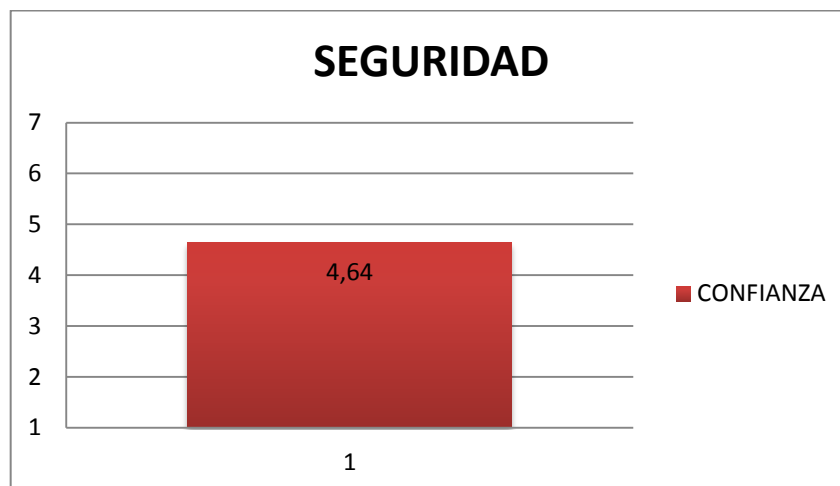


Figura 53. Resumen dimensión seguridad

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En la dimensión de seguridad el único elemento analizado fue la confianza donde se obtuvo que los estudiantes no se encuentran ni satisfechos ni insatisfechos con la confianza que se les brinda.

Dimensión Empatía

Tabla 47

Promedio variables de empatía

| EMPATÍA | |
|------------------------|------|
| HORARIOS | 4.34 |
| PROBLEMAS | 4 |
| ATENCIÓN PERSONALIZADA | 4.21 |
| ATENCIÓN ADECUADA | 4.33 |

Fuente: Estudio de Campo

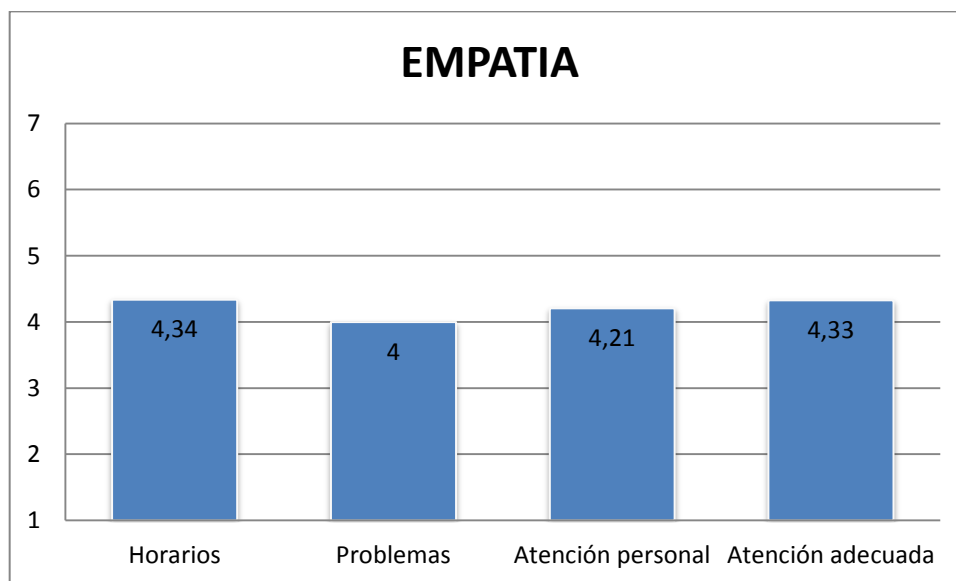


Figura 54. Resumen dimensión empatía

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

Al analizar la dimensión Empatía se pudo encontrar que los problemas son la variable con el menor puntaje y existe una tendencia a la insatisfacción en este y el siguiente elemento con menor puntaje es la atención persona que reciben los estudiantes.

Resumen de percepciones por dimensiones

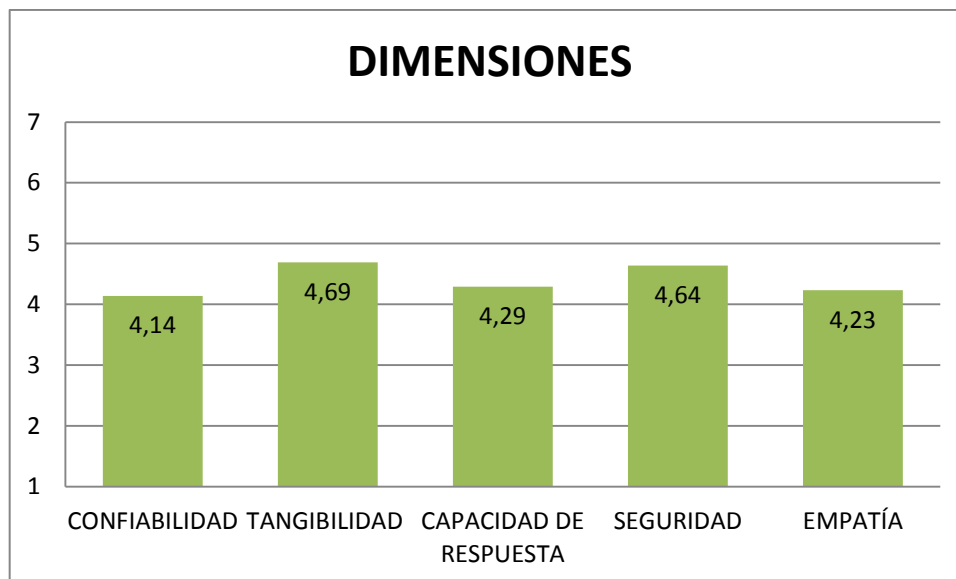


Figura 55. Dimensiones en percepciones

Fuente: Estudio de Campo

Análisis de figura 55:

La dimensión que menor satisfacción tienen los estudiantes es la confiabilidad y sigue la empatía por tanto son las dos principales dimensiones a mejorar.

5.1.2. Expectativas

Las siguientes ilustraciones muestran el resultado de la expectativa de cada dimensión.

Dimensión Confiabilidad como expectativa

Tabla 48

Promedio de variables Confiabilidad

| CONFIABILIDAD | |
|----------------------|------|
| INFORMACION | 5,47 |
| CUMPLIMIENTO | 5,16 |

Fuente: Estudio de Campo

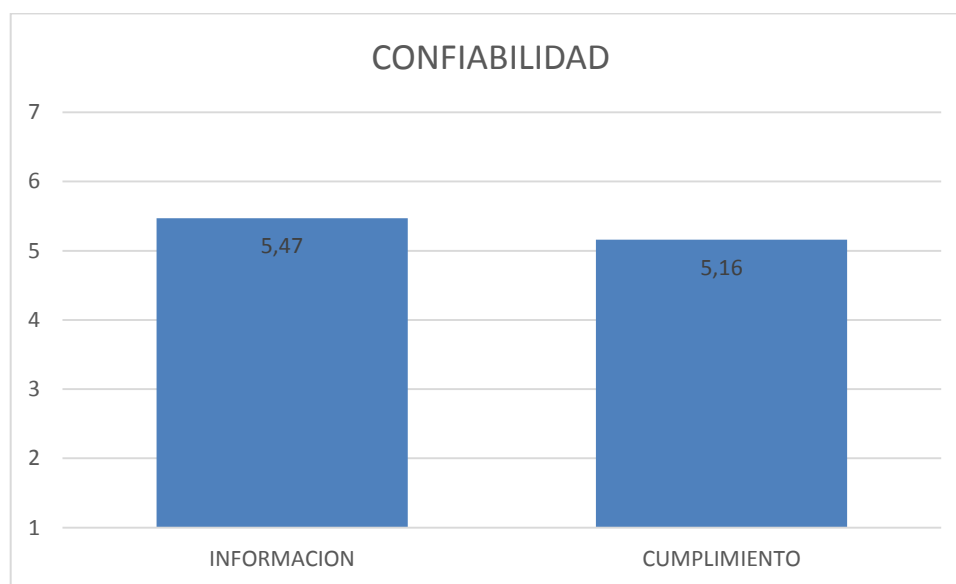


Figura 56. Resumen dimensión confiabilidad

Fuente: Estudio de Campo

Análisis:

En las expectativas que tienen los estudiantes sobre la dimensión de confiabilidad se pudo obtener que los estudiantes esperaban que la información se les entregara fuera satisfactoria.

Dimensión Tangibilidad como Expectativa

Tabla 49

Promedio de variables Tangibilidad

| TANGIBILIDAD | |
|---------------------------|------|
| INSTALACIONES | 5,89 |
| LIMPIEZA | 5,84 |
| EQUIPOS | 5,95 |
| CALIDAD EN LOS MATERIALES | 5,58 |

Fuente: Estudio de Campo

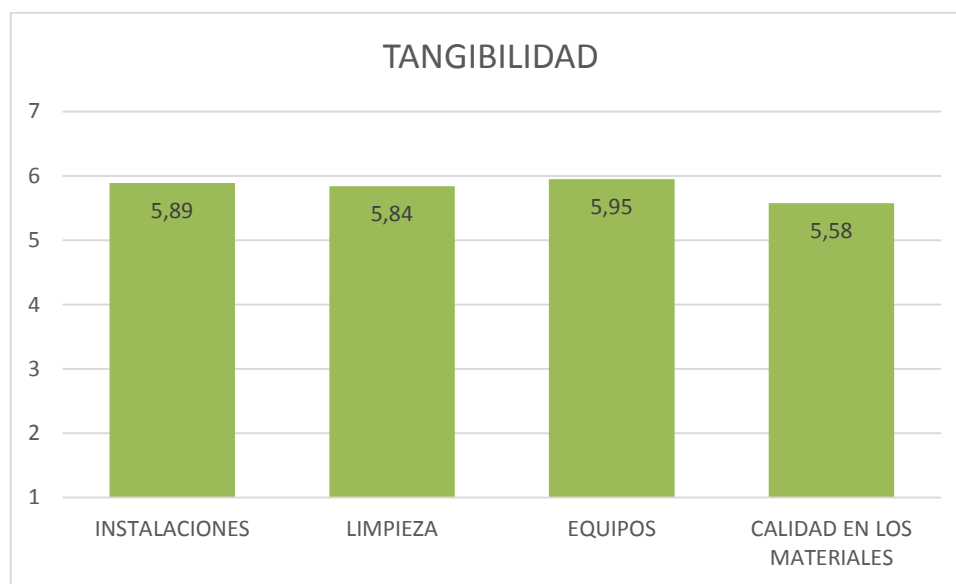


Figura 57. Resumen dimensión tangibilidad

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

La dimensión de tangibilidad en expectativas muestra que en el aspecto que tenían mayores expectativas es en los equipos y de ahí las instalaciones como segundo elemento con mayor expectativa.

Dimensión Capacidad de respuesta como Expectativa

Tabla 50

Promedio de variables Capacidad de respuesta

| CAPACIDAD DE RESPUESTA | |
|-------------------------------|------|
| ORGANIZACIÓN | 5,32 |
| ATENCIÓN | 5,47 |
| ACTITUD | 5,58 |
| RESPUESTA OPORTUNA | 5,47 |

Fuente: Estudio de Campo

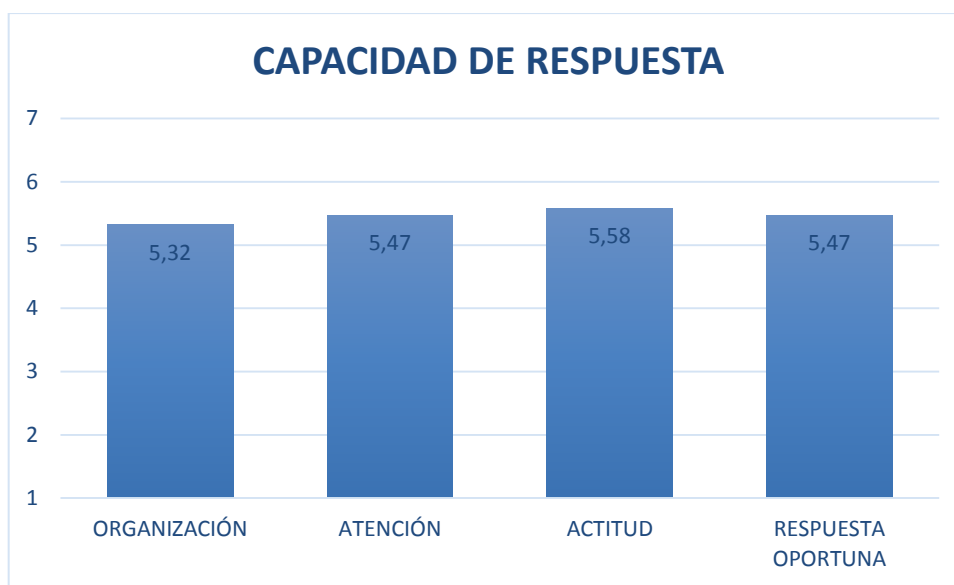


Figura 58. Resumen dimensión capacidad de respuesta

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En la dimensión de capacidad de respuesta como expectativa se obtuvo que la mayor expectativa la fue en la actitud de los que conforman parte del servicio.

Dimensión Seguridad como Expectativa

Tabla 51

Promedio de variable seguridad

| SEGURIDAD | |
|-----------|------|
| CONFIANZA | 5,74 |

Fuente: Estudio de Campo

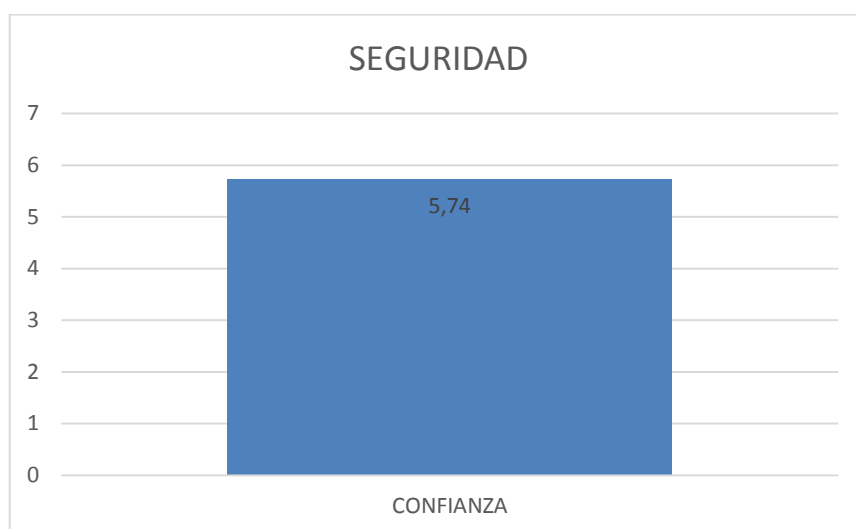


Figura 59. Resumen dimensión seguridad

Fuente: Estudio de Campo

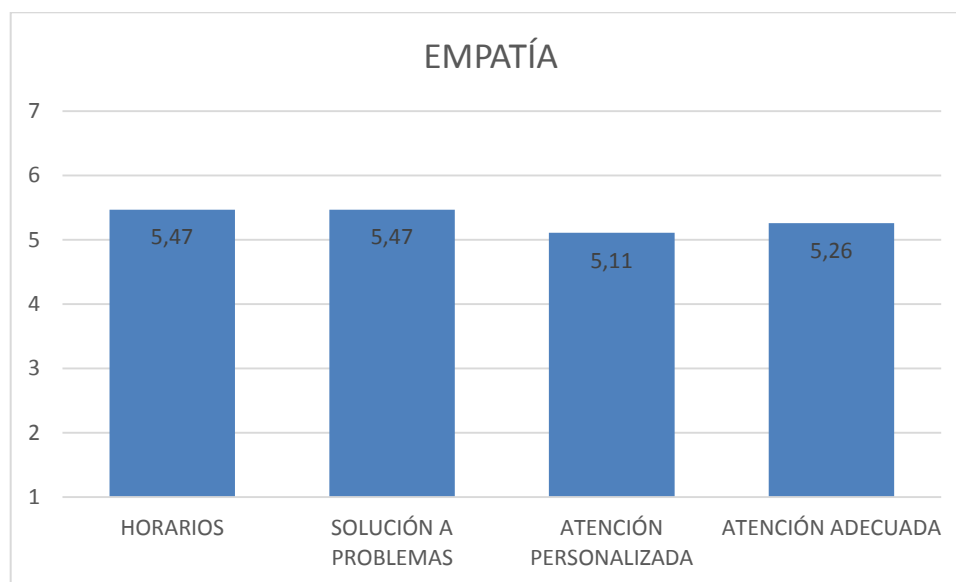
Análisis

En la dimensión seguridad donde se analizó en el elemento de confianza de los estudiantes se pudo obtener que ellos esperaran que este fuera satisfactorio.

Dimensión Empatía como Expectativa

Tabla 52***Promedio de variables empatía***

| EMPATÍA | |
|------------------------|------|
| HORARIOS | 5,47 |
| PROBLEMAS | 5,47 |
| ATENCIÓN PERSONALIZADA | 5,11 |
| ATENCIÓN ADECUADA | 5,26 |

Fuente: Estudio de Campo**Figura 60. Resumen dimensión empatía****Fuente: Estudio de Campo****Análisis**

En la dimensión de empatía se encontró que existen dos variables con el mismo puntaje que son los horarios y la solución a problemas donde estos son los que tienen mayor puntaje en expectativas por parte de los estudiantes.

Resumen de las dimensiones como expectativas de los estudiantes



Figura 61. Dimensiones en expectativas

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En el análisis de las dimensiones por expectativas se encontró que los estudiantes tenían una expectativa con mayor puntaje en la tangibilidad y la segunda con mayor expectativa es en la seguridad.

Comparación entre percepciones de los estudiantes y las expectativas de estos

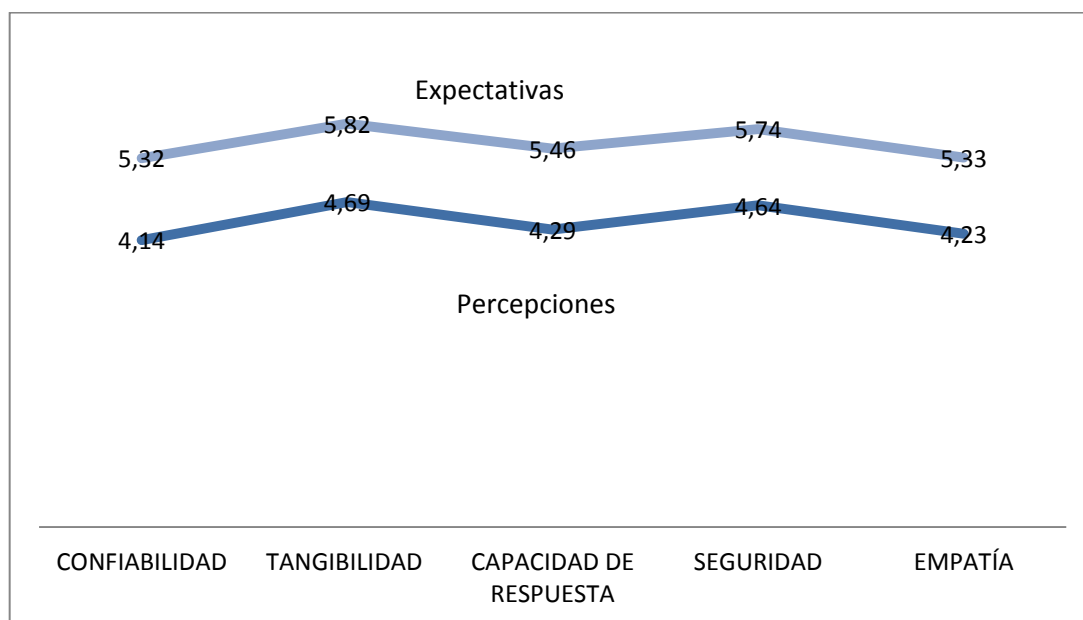


Figura 62. Gráfica general entre percepciones y expectativas

Fuente: Estudio de Campo

Análisis de la figura 62:

En el gráfico se puede observar que las expectativas de los estudiantes en todas las dimensiones analizadas superan a las percepciones.

5.2. Ejecución del análisis y síntesis de la información.

5.2.1. Ejecución del Modelo SERVQUAL para medir el nivel de calidad del servicio de educación a distancia del departamento de ciencias económicas administrativas y del comercio (DECAC) de la universidad de las fuerzas armadas (ESPE).

A continuación se procede a calcular el nivel de calidad obtenido por cada dimensión en cada uno de los elementos que se preguntó en el cuestionario, para el método SERVQUAL las brechas serán negativas la expectativa menos la percepción, en la cual

la que más cercana resulte a cero será la de menor importancia como un problema de calidad del servicio. En cambio se deberá actuar sobre los elementos que se produce la mayor brecha.

Tabla 53

Resultados del nivel de calidad por subdimensiones basadas en percepciones y expectativas

| PERSEPCIONES | CALIFICACIÓN | EXPECTATIVAS | CALIFICACIÓN | BRECHA |
|---------------------------|--------------|---------------------------|--------------|--------|
| Información | 4,11 | Información | 5,47 | -1,36 |
| Cumplimiento | 4,16 | Cumplimiento | 5,16 | -1 |
| Instalaciones | 4,76 | Instalaciones | 5,89 | -1,13 |
| Limpieza | 4,68 | Limpieza | 5,84 | -1,16 |
| Equipos | 4,63 | Equipos | 5,95 | -1,32 |
| Calidad en los materiales | 4,64 | Calidad en los materiales | 5,58 | -0,94 |
| Organización | 4,17 | Organización | 5,32 | -1,15 |
| Atención | 4,27 | Atención | 5,47 | -1,2 |
| Actitud | 4,41 | Actitud | 5,58 | -1,17 |
| Respuesta oportuna | 4,3 | Respuesta oportuna | 5,47 | -1,17 |
| Confianza | 4,64 | Confianza | 5,74 | -1,10 |
| Horarios | 4,34 | Horarios | 5,47 | -1,13 |
| Preocupación de problemas | 4 | Problemas | 5,47 | -1,47 |
| Atención personal | 4,21 | Atención personal | 5,11 | -0,9 |
| Atención adecuada | 4,33 | Atención adecuada | 5,26 | -0,93 |

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En el cuadro anterior se puede observar que la información tiene una brecha de 1.36 es la más alta brecha en la dimensión de confiabilidad, para la siguiente dimensión que es la tangibilidad se pudo determinar que la subdimension con mayor brecha es en los equipos con 1,32 para llegar al mínimo de expectativas que tenían los estudiantes, en la

dimensión de capacidad de respuesta se pudo encontrar dos subdimensiones con una brecha de 1,17 que son la actitud y la respuesta oportuna.

Tabla 54

Nivel de calidad por dimensión

| DIMENSIONES | EXPECTATIVAS | PERSEPCIONES | NIVEL DE CALIDAD(P-E) |
|------------------------|--------------|--------------|------------------------|
| CONFIABILIDAD | 5,32 | 4,14 | -1,18 |
| TANGIBILIDAD | 5,82 | 4,69 | -1,13 |
| CAPACIDAD DE RESPUESTA | 5,46 | 4,29 | -1,17 |
| SEGURIDAD | 5,74 | 4,64 | -1,1 |
| EMPATÍA | 5,33 | 4,23 | -1,1 |

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

Al analizar las brechas por dimensiones se pudo evidenciar que la confiabilidad y la capacidad de respuesta son las mayores brechas existentes en el servicio de educación a distancia del departamento de ciencias económicas administrativas y de comercio.

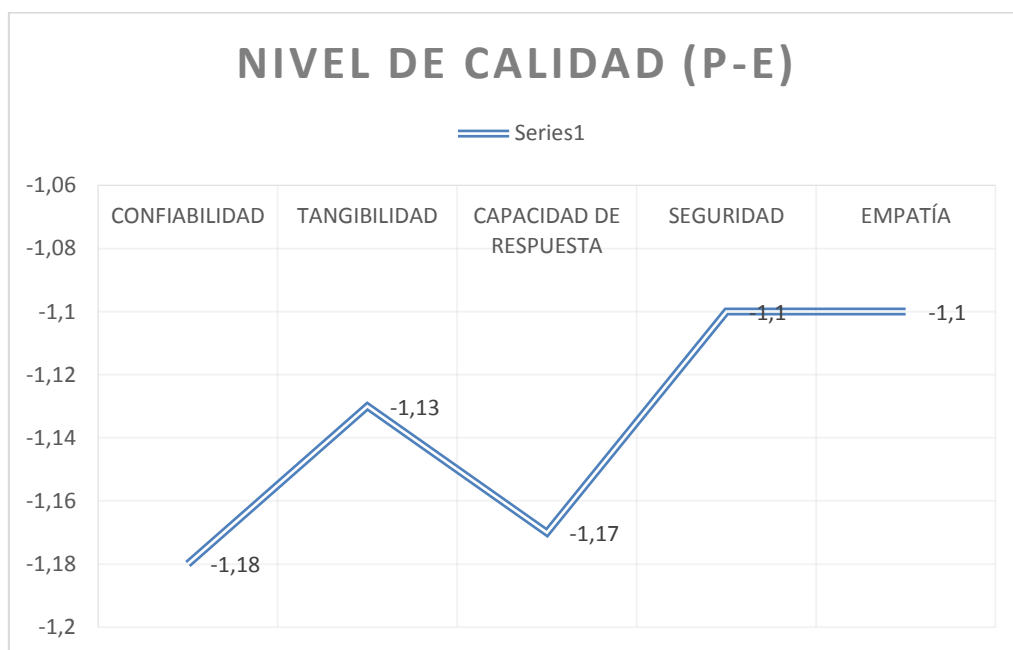


Figura 63. Nivel de calidad del servicio

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

Se puede observar en el gráfico que todas las dimensiones se alejan de cero cuyas dimensiones con mayor cercanía son la seguridad y la empatía, pero la que más se aleja del cero es la confiabilidad.

A continuación se presenta la gráfica general de las expectativas y percepciones de los estudiantes del departamento de ciencias económicas, administrativas y del comercio de la ESPE según el modelo SERVQUAL.

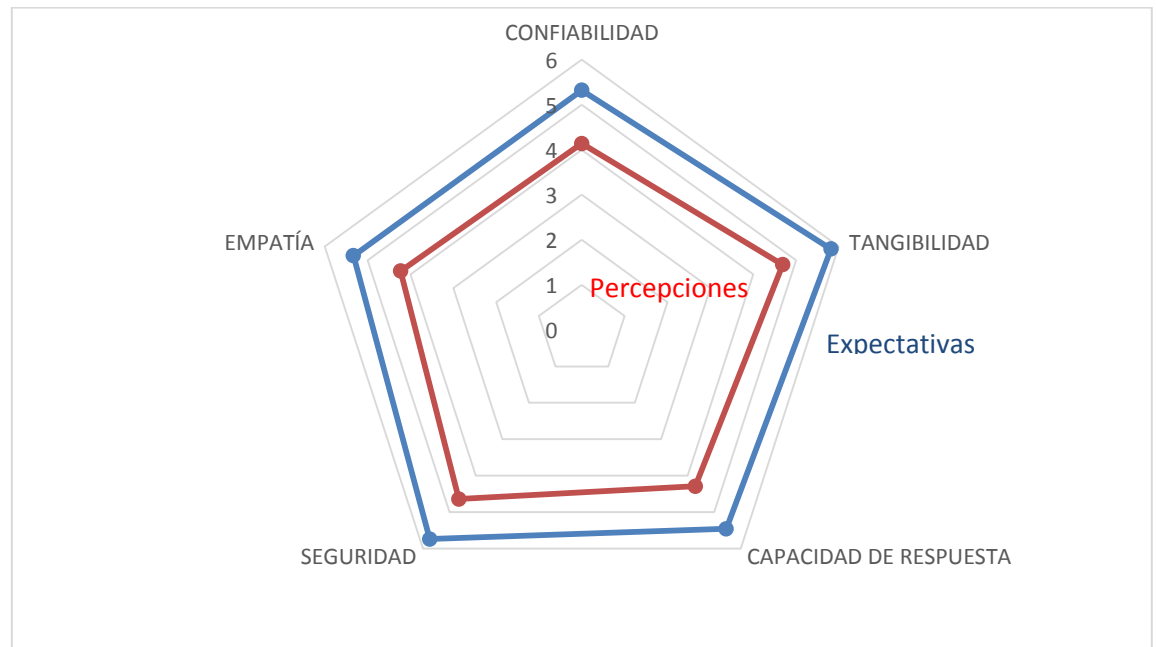


Figura 64. Nivel de calidad

Fuente: Estudio de Campo

Análisis de figura 64:

En la figura se puede observar la brecha existente entre las expectativas y las percepciones por lo que se pudo obtener que las que tienen menor distancia a cero la seguridad y la empatía y los puntos más lejanos entre sí son las dimensiones de capacidad de respuesta y la dimensión de confiabilidad.

5.3. Aplicación del modelo SERVQUAL para todos los estudiantes del DCEAC modalidad a distancia centro de apoyo Sangolquí.

5.3.1. Percepciones centro de apoyo Sangolquí

Las siguientes tablas y gráficos muestran el resultado de cada dimensión del centro de apoyo Sangolquí.

Dimensión confiabilidad del centro de apoyo Sangolquí

Tabla 55

Promedio de variables confiabilidad

| CONFIABILIDAD | |
|---------------|------|
| INFORMACIÓN | 3,98 |
| CUMPLIMIENTO | 4,08 |

Fuente: Estudio de Campo

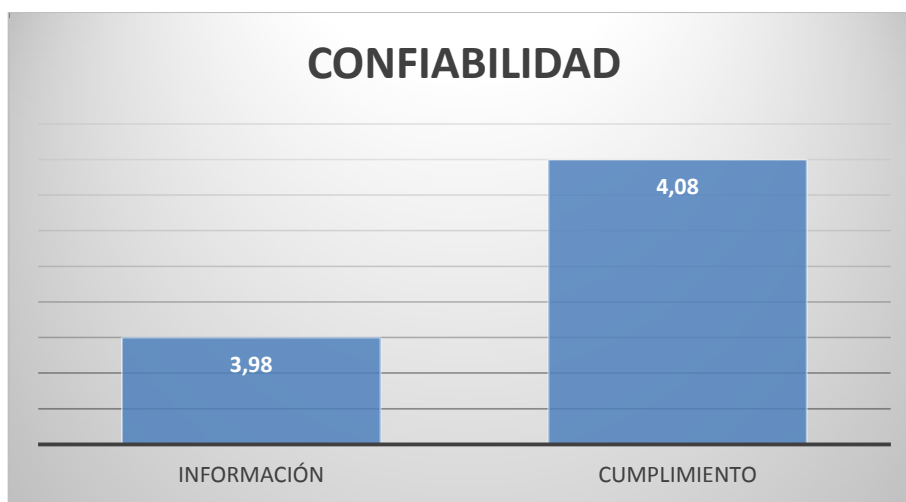


Figura 65. Dimensión confiabilidad

Fuente: Estudio de Campo

Dimensión Tangibilidad del centro de apoyo Sangolquí

Tabla 56

Promedio de variables tangibilidad

| TANGIBLES | |
|---------------------------|------|
| INSTALACIONES | 4,66 |
| LIMPIEZA | 4,54 |
| EQUIPOS | 4,46 |
| CALIDAD EN LOS MATERIALES | 4,58 |

Fuente: Estudio de Campo

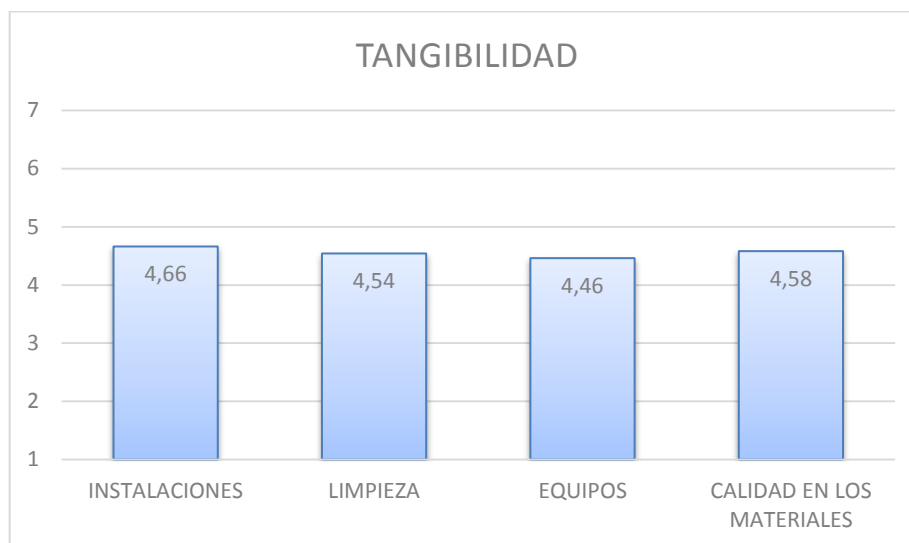


Figura 66. Dimensión tangible

Fuente: Estudio de Campo

Dimensión capacidad de respuesta del centro de apoyo Sangolquí

Tabla 57***Promedio variables de capacidad de respuesta***

| CAPACIDAD DE RESPUESTA | |
|------------------------|------|
| ORGANIZACIÓN | 3,97 |
| ATENCION | 4,19 |
| ACTITUD | 4,4 |
| RESPUESTA OPORTUNA | 4,26 |

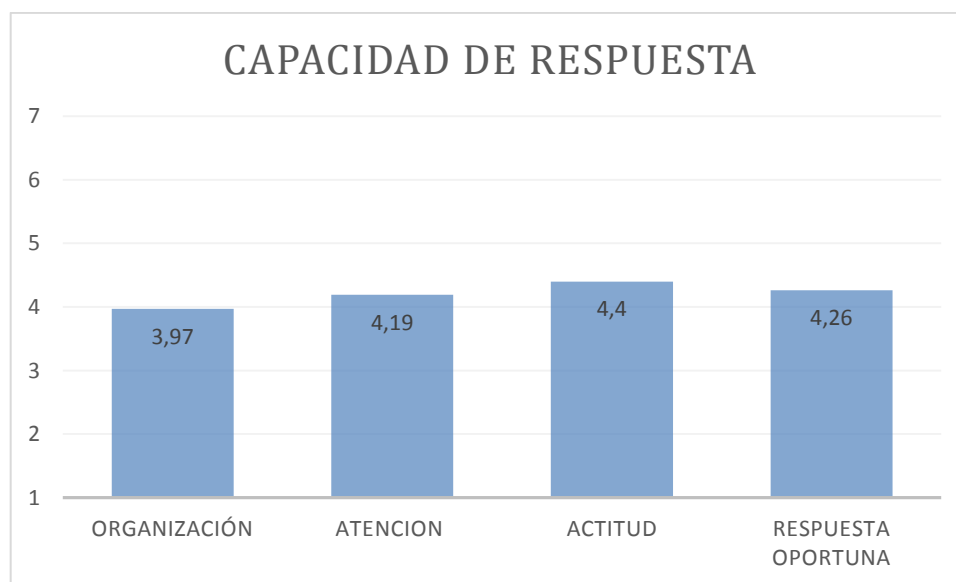
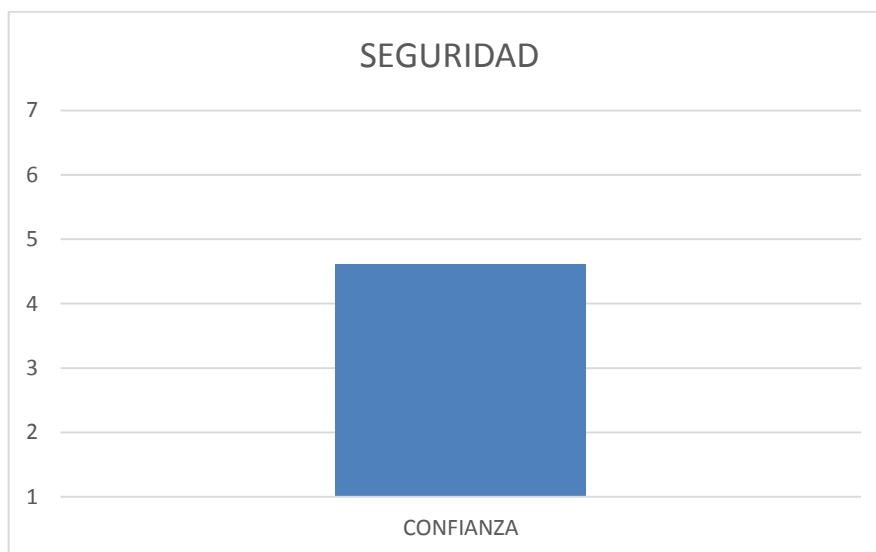
Fuente: Estudio de Campo**Figura 67. Dimensión capacidad de respuesta****Fuente: Estudio de Campo****Dimensión Seguridad del centro de apoyo Sangolquí**

Tabla 58***Promedio de variable seguridad***

| | |
|-----------|------|
| SEGURIDAD | |
| CONFIANZA | 4,62 |

Fuente: Estudio de Campo

**Figura 68. Resumen dimensión seguridad**

Fuente: Estudio de Campo

Dimensión Empatía del centro de apoyo Sangolquí**Tabla 59*****Promedio variables de empatía***

| | |
|------------------------|------|
| EMPATIA | |
| HORARIOS | 4,34 |
| PROBLEMAS | 3,95 |
| ATENCIÓN PERSONALIZADA | 4,17 |
| ATENCIÓN ADECUADA | 4,31 |

Fuente: Estudio de Campo

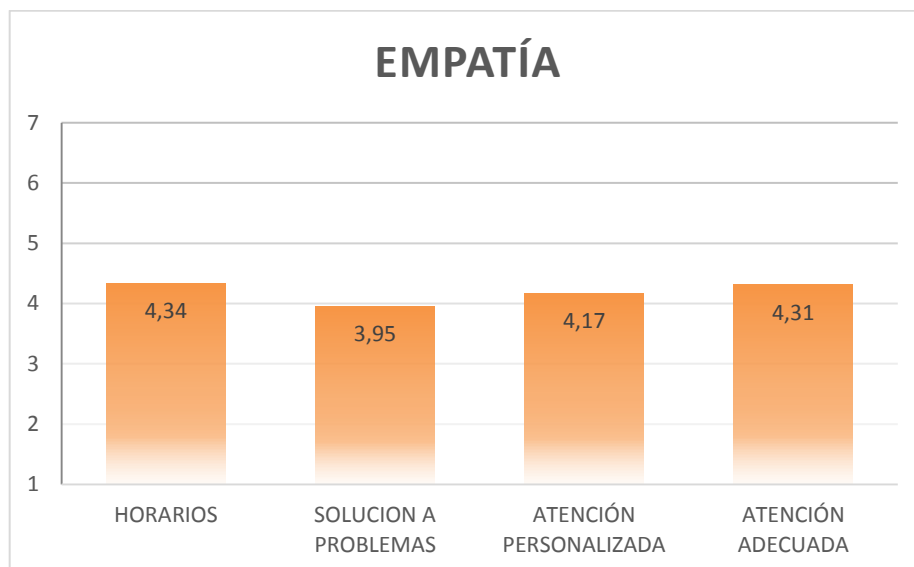


Figura 69. Resumen dimensión empatía

Fuente: Estudio de Campo

Resumen de las dimensiones percepciones del centro de apoyo Sangolquí

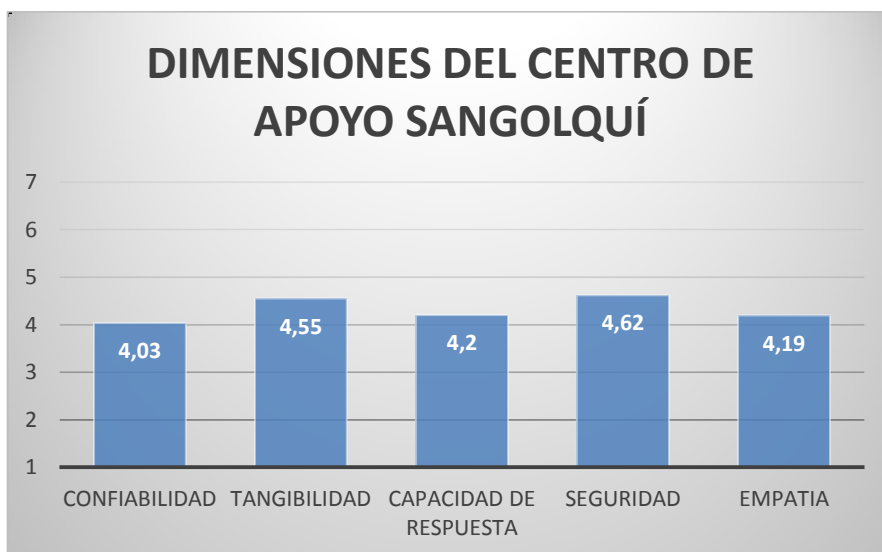


Figura 70. Dimensiones en percepciones del centro de apoyo Sangolquí

Fuente: Estudio de Campo

Comparación de las percepciones versus las expectativas del centro de apoyo Sangolquí

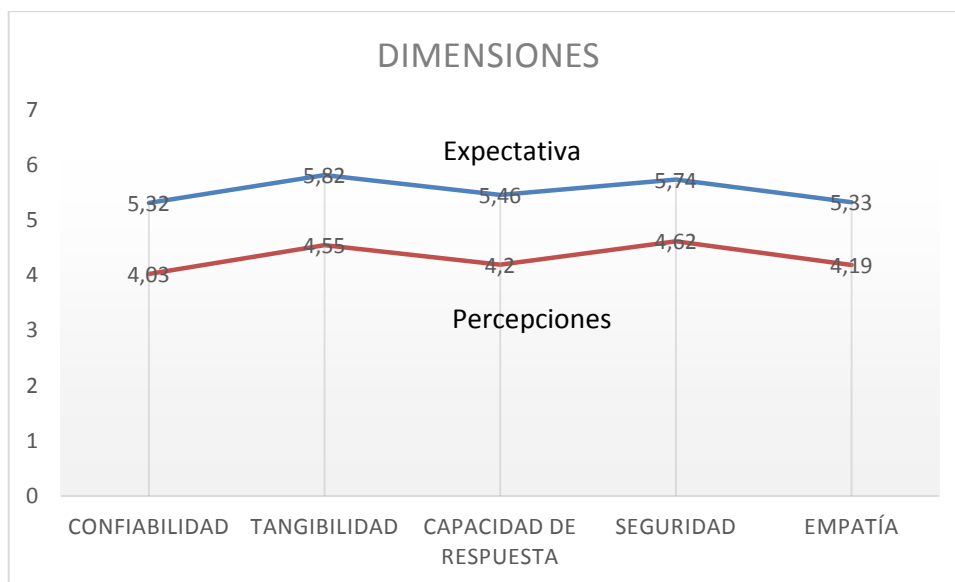


Figura 71. Gráfica general entre percepciones y expectativas

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

Al comparar las percepciones del centro de apoyo Sangolquí versus las expectativas se pudo obtener que existe una mínima diferencia de las dimensiones a nivel general de toda la ESPE, por lo que igualmente las expectativas superan en más de un punto a las percepciones ninguna alcanza la expectativa de los estudiantes.

Tabla 60

Nivel de calidad por dimensión del centro de apoyo Sangolquí

| DIMENSIONES | EXPECTATIVAS | PERCEPCIONES | NIVEL DE CALIDAD(P-E) |
|------------------------|--------------|--------------|------------------------|
| CONFIABILIDAD | 5,32 | 4,03 | -1,29 |
| TANGIBILIDAD | 5,82 | 4,55 | -1,27 |
| CAPACIDAD DE RESPUESTA | 5,46 | 4,2 | -1,26 |
| SEGURIDAD | 5,74 | 4,62 | -1,12 |
| EMPATÍA | 5,33 | 4,19 | -1,14 |

Fuente: Estudio de Campo

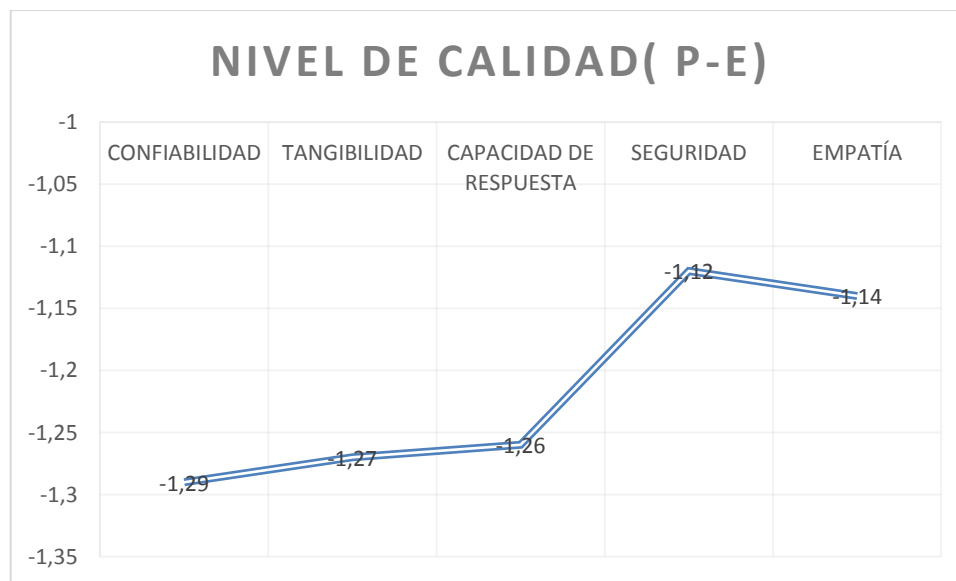


Figura 72. Nivel de calidad del servicio del centro de apoyo Sangolquí

Fuente: Estudio de Campo

Análisis

En el gráfico del nivel de calidad se puede evidenciar que en los aspectos de confiabilidad, tangibilidad y capacidad de respuesta son los puntos más lejanos de cero a

comparación del análisis de todos los centros de apoyo aquí se pudo obtener que el centro de apoyo Sangolquí tiende a tener menor satisfacción en el aspecto de tangibilidad, en la única dimensión que se acerca al análisis de todos los centros de apoyo es en la seguridad, por lo que el resto de dimensiones se encuentran más alejadas por una mínima diferencia.

A continuación se presenta la gráfica general de las expectativas y percepciones de los estudiantes del centro de apoyo Sangolquí del departamento de ciencias económicas, administrativas y del comercio de la ESPE según el modelo SERVQUAL.

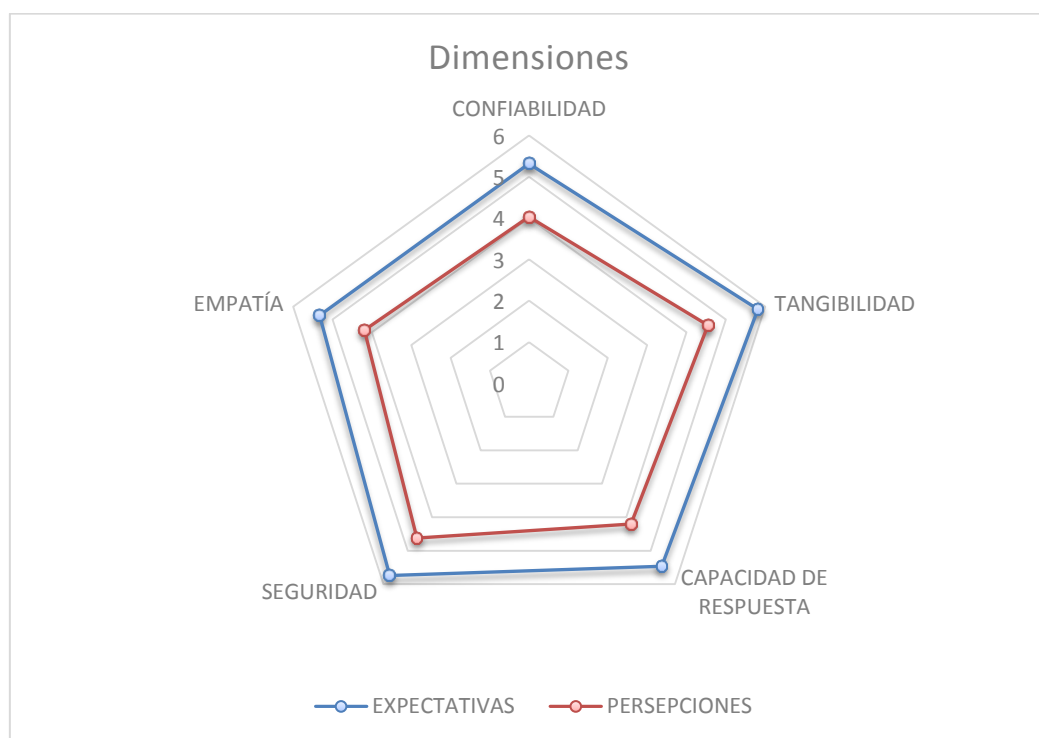


Figura 73. Nivel de calidad

Fuente: Estudio de Campo

Análisis de figura 73:

En la figura se puede observar la brecha existente entre las expectativas y las percepciones por lo que se pudo obtener que las dimensiones que tienen menor distancia a cero la seguridad y la empatía y los puntos más lejanos entre sí son las dimensiones de confiabilidad, Tangibilidad y capacidad de respuesta.

5.4. Hipótesis

1. Los estudiantes de las carreras a distancia del departamento objeto de estudio se encuentran insatisfechos con el servicio recibido.

Análisis

Se rechaza la hipótesis ya que se pudo obtener en un contexto general que los estudiantes encuestados están satisfechos con el servicio, pero con una tendencia mayor a la insatisfacción.

2. Los estudiantes de las carreras a distancia del departamento tienen una percepción menor a las expectativas que estos tenían antes de entrar a la universidad.

Análisis

Se acepta la hipótesis ya que los estudiantes tenían una expectativa mayor de la calidad del servicio estos veían como totalmente satisfactorio en su gran mayoría, mientras que ahora lo perciben como satisfactorio.

3. Se otorga poca información de los procesos académicos y extracurriculares a los estudiantes de las de las carreras a distancia del departamento.

Análisis

Se acepta la hipótesis los estudiantes reciben poca información sobre los procesos universitarios y por tanto este es el principal aspecto que señalaron que se debería dar mayor información, el 31% de los estudiantes requieren que este aspecto se mejore.

4. Los docentes y herramientas de apoyo brindan un entorno adecuado para el desarrollo académico de los estudiantes de las carreras de a distancia del departamento.

Análisis.

Se rechaza la hipótesis ya que se pudo obtener que los estudiantes no tienen una oportuna capacidad de respuesta en sus requerimientos por parte de docentes entre otros y los materiales al igual que la capacidad de respuesta no es ni satisfactoria ni insatisfactorio.

CAPITULO VI

6.1. Informe final de Resultados

6.1.2. Introducción

La educación de calidad es uno de los aspectos que actualmente se está desarrollando en el país por lo cual todas las universidades se encuentran en un proceso de mejora de la calidad, lo cual permitirá entregar mejores profesionales al país y por consecuencia un mejor desarrollo en el país, por lo tanto la presente investigación servirá como la fuente de cuáles son los principales aspectos para mejorar la calidad del servicio en el departamento de ciencias económicas administrativas y de comercio.

Se pudo determinar que la mayor parte de los encuestados con un 47% tienen edades comprendidas entre 18 y 22 años de edad, además que el 70% del total de los encuestados fueron mujeres, de cada 10 estudiantes del DCEAC modalidad a distancia 3 de estos son mujeres, la mayor parte de los estudiantes provienen de colegios fiscales con un 62%. Los estudiantes en su gran mayoría trabajan solo un 30% se dedica como ocupación solo estudiar, el 52% de los encuestados pertenecen a la carrera de finanzas.

En la aplicación del modelo SERVQUAL se pudo obtener algunos aspectos en los que los estudiantes se encuentran insatisfechos a continuación se mostraran los cuadros de cada dimensión con el promedio que se obtuvo en cada pregunta.

Para la dimensión de confiabilidad se pudo evidenciar que existe insatisfacción en la información para el proceso de matrículas, además de la insatisfacción del cumplimiento en los requerimientos por parte de la secretaria del departamento en ambas la calificación se encuentra en insatisfacción para los demás elementos de esta dimensión todos están en el puntaje de ni satisfechos ni insatisfechos, un elemento que casi no alcanza a este rango es la información para el desarrollo de las actividades relacionadas con la carrera por lo que debe ser tomado en cuenta como un insatisfactorio. (Ver Anexos Cuadro 20)

En la dimensión de tangibilidad se pudo obtener que las instalaciones de los baños y la limpieza de los mismos sean los aspectos con más baja calificación pero no llega a estar en el puntaje de insatisfacción (Ver Cuadro 21 en Anexos), dos factores que deben ser considerados son la satisfacción de la plataforma virtual, y los equipos de computación de la universidad donde en análisis anteriores se pudo obtener que existe una brecha ya que los estudiantes esperaban más en los equipos universitarios. (Ver tabla 55)

Una de las preguntas con menor calificación es el de la organización en las matriculas (Ver anexos Cuadro 22). Pero al comparar con las expectativas se pudo obtener que existe una brecha mayor a uno (Ver tabla 55). Pero en esta misma dimensión existen subdimensiones con brechas mayores como son la Actitud y la Respuesta oportuna, por lo cual no considera una prioridad el mejoramiento de la misma.

En la dimensión de seguridad existe una tendencia hacia la satisfacción el elemento con más bajo puntaje es el trato que reciben por parte del director de carrera, pero no considera una prioridad para el mejoramiento de la misma. (Ver Anexos Cuadro 23)

En la dimensión de Empatía se pudo determinar que el horario de las tutorías es un insatisfactorio en los estudiantes, pero no es una prioridad al comparar con las expectativas (Ver tabla 55). En esta dimensión existe una brecha mayor que es en la su dimensión de problemas donde la pregunta planteada fue la preocupación por los requerimientos en el departamento de ciencias económicas, administrativas y de comercio. Y se obtuvo una calificación baja y al comparar con las expectativas se puede decir que es un elemento que se debe mejorar. (Ver Anexos Cuadro 24)

Al analizar de manera general por dimensiones se pudo obtener que las dimensiones con más bajo puntaje fueran las dimensiones de Confiabilidad seguida de la empatía, pero cuando se analizó con las expectativas se obtuvo que existe una brecha mayor en la confiabilidad y la capacidad de respuesta por tanto los estudiantes no tenían grandes expectativas en la empatía. (Ver tabla 56).

Las cinco dimensiones dadas en expectativas y percepciones permitieron establecer la brecha existente entre estas.

Para la dimensión de confiabilidad se evaluó aspectos como la información que se otorga para las matriculas, el desarrollo de las actividades académicas y cumplimiento de los requerimientos por parte del director, docentes entre otros por lo que se pudo obtener que esta dimensión es primordial de mejorar por la obtención del menor puntaje.

Otra dimensión que se debe mejorar es la capacidad de respuesta donde se evaluó aspectos como la organización de los procesos educativos como tramites con el director de carrera, organización en las matriculas, organización en los exámenes presenciales y la respuesta oportuna a sus requerimientos.

Para poder obtener la información de la calidad del servicio es importante la aplicación de varias herramientas de medición, una de ellas es el modelo SERVQUAL el cual se aplicó en la presente investigación contemplando cinco dimensiones: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.

Al concluir con la presente investigación se pudo obtener que la calidad del servicio de los estudiantes del departamento de ciencias económicas administrativas y de comercio no cumple con las expectativas que tenían los estudiantes antes de entrar a la universidad.

También se realizó una pregunta en el cuestionario sobre qué aspectos son primordiales que se mejoren se pudo obtener que consideran que exista mayor información la cual es una variable que hace parte de la confiabilidad lo que coincide con los datos obtenidos en la investigación otra variable que se obtuvo es oportuna solución a problemas la cual hace parte de la dimensión de capacidad de respuesta que al igual que la variable información coincide con la brecha que existe actualmente.

6.1.2. Limitaciones de la investigación (problemas)

La limitación que se encontró con respecto al Modelo SERVQUAL es que pueden existir más dimensiones que no son tomadas en cuenta.

Otra limitación que se encontró es que existía una concentración del universo en el centro de apoyo Sangolquí debido a que existen menor cantidad de estudiantes en los demás centros de apoyo, lo cual puede inferir en los resultados de la investigación.

El modelo SERVQUAL no determina aspectos puntuales en los que se debe mejorar o que se debe hacer para mejorar la calidad del servicio, otorga una idea general de lo que se está fallando.

Al momento de encuestar en los demás centros de apoyo se pidió la ayuda de los profesores en los días de los exámenes por lo que las respuestas pudieron haber estado influenciadas por los mismos o por el tiempo del examen.

Otra limitación que se tuvo en algunos centros de apoyo es que para evaluar la dimensión de Tangibilidad algunos estudiantes no podían evaluar todos los aspectos ya que son centros alquilados o sedes que solo se utilizan para los exámenes.

6.1.3. Propuestas

Con la presente investigación se contribuirá a la mejora del servicio de la educación a distancia del departamento de ciencias económicas administrativas y de comercio de la Universidad de las fuerzas armadas de todos los centros de apoyo del país.

Esta investigación midió los aspectos esenciales que determinan la calidad del servicio y así poder otorgar una idea más clara de los aspectos en los cuales la universidad no cumple con las expectativas de los estudiantes.

Una de las dimensiones que según Zeithaml (1993), es la más importante en la calidad del servicio es la confiabilidad y por tanto al ser un factor en que el departamento está

fallando se debe priorizar el mejorar los aspectos que influyen en la insatisfacción de esta dimensión tres principales aspectos que deben mejorarse son los siguientes en orden de importancia:

- Información para el proceso de matriculas
- Información para el desarrollo de actividades relacionadas con la carrera.

Para lo cual se presentan las siguientes propuestas de mejora para estos aspectos.

Chat en línea

Para mejorar el proceso de información de la matriculas, se puede incursionar en la implementación de chat en línea mediante la página web de la ESPE u otra página web lo cual permitiría que todos los estudiantes tengan acceso a este servicio el cual debe contar con personas capacitadas que puedan otorgar información sobre todos los aspectos relacionadas con la matriculas ya que la mayor parte de los estudiantes de modalidad a distancia del departamento trabajan o estos a su vez se encuentran en otras ciudades, lo que no permitiría llegar a otorgar información a todos los estudiantes sobre lo que deben realizar para su proceso de matrículas.

Mayor incursión en las redes sociales

Crear en Facebook y twitter una cuenta para todo el departamento de ciencias económicas administrativas y de comercio modalidad a distancia, la cual permitirá otorgar información a los estudiantes sobre procesos de matrículas, información sobre los aspectos relacionados con actividades académicas, fechas límites, recordatorios de las mismas, lo que permitirá mejorar el flujo de información hacia los estudiantes.

En la dimensión de Tangibilidad se encontró que los equipos se consideran insatisfactorios lo cual genera que exista una brecha mayor ya que las expectativas eran altas en este aspecto, las dos únicas preguntas de estos elementos fueron las siguientes:

- Plataforma virtual

- Equipos de computación de la universidad

Para la mejora de estos aspectos se plantea lo siguiente:

Mejorar el potencial del servidor.

Muchas de las veces la plataforma virtual se vuelve lenta en los días de entrega de guías lo cual dificulta a los estudiantes la entrega de la misma, por lo tanto al incrementar el potencial del servidor se podría minimizar este inconveniente.

Creación de una aplicación móvil de la plataforma virtual

Con la creación móvil de la plataforma virtual para sistemas Androide permitirá a los estudiantes que les llegue a su Smartphone noticias, chat con compañeros y docentes notificaciones sobre él envío de sus actividades interactivas y entregables, eventos universitarios entre otros. Lo cual garantizara una mejor satisfacción de la plataforma virtual y por consecuencia de la implantación de esta App a su vez se mejora también la información.

Renovación y mantenimiento de equipos de computación universitarios.

Renovar los equipos de computación de la universidad ya que algunos de estos se encuentran dañados o su sistema actual es antiguo, además de un correcto mantenimiento de los equipos lo que permitirá incrementar la satisfacción en los estudiantes.

En cuanto al análisis de la dimensión capacidad de respuesta se pudo obtener que la Organización es el aspecto en que se obtuvo más bajo puntaje por lo cual se debe mejorar el proceso de matrículas ya que es aquí donde los estudiantes se encuentran mayormente insatisfechos, pero al comparar con las expectativas se obtuvo una brecha de 1.15 pero no es la brecha mayor de esta dimensión por lo cual no es una prioridad el mejoramiento de la misma, las subdimensiones a mejorar son la Actitud y Respuesta oportuna, para lo cual se obtuvo los aspectos específicos a mejorar:

- Disposición a ser atendido por su director de su carrera.
- Actitud de Directores de carrera
- Actitud de docentes

“La palabra *actitud* es definida dentro del cuadro de la psicología social como una preparación subjetiva o mental en la acción. Él define los comportamientos aparentes y observables así como las convicciones humanas. Las actitudes determinan lo que cada individuo verá, entenderá, pensará y ver.”¹⁴

Para mejorar estos aspectos se propone lo siguiente:

Mejorar la infraestructura de los demás centros de apoyo

Los demás centros de apoyo no cuentan con lugares apropiados para los estudiantes, ya que no son lugares propios de la universidad por lo cual se recomienda realizar convenios con instituciones con infraestructura adecuada para los estudiantes de educación a distancia de los demás centros de apoyo.

Aulas específicas en Sangolquí para la modalidad de educación a distancia con equipos computacionales.

Establecer aulas específicas para los alumnos de educación a distancia, donde recibirán sus tutorías de apoyo a sus actividades, en las cuales podrán realizar sus guías de estudio con la implementación de equipos computacionales

Establecer informativos de horarios de atención para estudiantes por parte de directores de carrera.

¹⁴ icar.univ-lyon2.fr/equipe2/coast/ressources/icpe/.../icpe_cap_d2.doc

Implementar horarios fijos de atención a estudiantes el cual permitirá saber las horas en que podrán ser atendidos, además se puede colocar letreros sobre la hora prevista de regreso cuando los directores de carrera salen a reuniones o a clases. Lo cual ayudara a los alumnos tener una idea de la hora en que los directores de carrea regresan, lo cual permitirá tener una mayor satisfacción en este ámbito porque se genera insatisfacción al no saber a qué hora podrá ser atendido y muchas los estudiantes pueden perder de realizar otras actividades.

Establecer en cada centro de apoyo al menos un docente para impartir las materias más complejas.

En los demás centros de apoyo se pudo obtener que no existen docentes para tutorías lo cual sería una ayuda para los estudiantes de los demás centros de apoyo que exista un tutor para las materias más complejas.

Capacitaciones sobre la Comunicación Corporal para directores de carrera y docentes.

Las capacitaciones de comunicación corporal permitirán a directores de carrera y docentes tener una idea más clara de que gestos, posturas entre otros tener al momento de la atención a estudiantes el cual influenciara en la actitud que proyectan.

Mejorar la actitud de directores de carrera y docentes.

Proponer como objetivo en los directores de carrera y docentes mejorar la actitud hacia los estudiantes.

Docentes preparados en la metodología de enseñanza hacia el alumno.

Es necesario establecer una metodología didáctica y adecuada para los estudiantes la cual ayude a mejorar el servicio de educación por parte de los docentes.

En la dimensión de empatía se encontró que en la subdimension relacionada con los problemas existe insatisfacción la pregunta que influyo para que exista insatisfacción es la pregunta relacionada con la preocupación que existe por parte del departamento a los requerimientos de los estudiantes, en la demás existe inconformidad pero no es una dimensión que requiere prioridad de mejoramiento al existir brechas mayores en las anteriores dimensiones no se la considera como una dimensión que debe ser mejorada en corto plazo por lo que no se plantea ninguna propuesta de mejora para la misma.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.2. Conclusiones

- Se pudo saber que la mayor parte de estudiantes encuestados culminaron sus estudios de bachillerato en un colegio fiscal con un 62%. Los estudiantes de las carreras a distancia en su mayor parte trabajan el 68% de estos tiene un trabajo o negocio propio mientras que el resto de estudiantes solo estudia o es ama de casa.
- La actitud y la atención personalizada no son factores independientes por carrera en estas tres existe la misma insatisfacción en estos aspectos, sin embargo en las demos elementos de las dimensiones se pudo obtener que existe mayor insatisfacción en los estudiantes de la carrera de finanzas.
- Cuando se relacionó las variables de organización y atención con género dividido solo para el centro de apoyo Sangolquí se pudo obtener que en este centro de apoyo se tiene la misma percepción que tiene el resto de los centros de apoyo.
- Se puede concluir que en el centro de apoyo Sangolquí existe mayor insatisfacción para los estudiantes que provienen de colegios particulares en aspectos como los horarios, la limpieza de la universidad, calidad en los materiales, atención personalizada y atención adecuada, esta relación no existe cuando se realizó el análisis para todos los centros de apoyo.
- Al comparar las expectativas con las percepciones se pudo obtener que la universidad en ninguna de las dimensiones en percepciones alcanza un valor cercano a lo que se esperaban que fuese el servicio y las dimensiones que más se alejan entre sí son las de capacidad de respuesta y confiabilidad y para el centro de apoyo Sangolquí también la dimensiona de Tangibilidad se aleja de la expectativa que tenían los estudiantes.
- El elemento de la calidad de los materiales que es parte de la dimensión de Tnagibilidad es uno de los aspectos que no se debe mejorar ya que se acerca más la expectativa de los estudiantes.

- Los aspectos con mayor brecha del servicio son confiabilidad es la información los estudiantes tenían mayores expectativas sobre la información que se les entregaría para su proceso educativo.
- En la dimensión de Tangibilidad el elemento donde existió mayor brecha es en los equipos, los estudiantes esperaban una mayor satisfacción de los equipos.
- En cuanto a la dimensión de capacidad de respuesta los elementos con mayor brecha son la actitud ya sea de docentes, directores de carrera entre otros y la capacidad de respuesta de los mismos.
- En la dimensión seguridad se obtuvo que la confianza brindada por parte de la universidad no es satisfactoria lo que genera poca seguridad por parte de los estudiantes.
- En la dimensión Empatía los estudiantes esperaban una mayor satisfacción en la resolución de los problemas académicos por lo cual es aquí donde existe una de las brechas con mayor puntaje.
- La carrera de finanzas es la que menor satisfacción tienen del servicio en general del departamento.
- Se pudo determinar que los estudiantes requieren de dos aspectos principales a mejorar uno de ellos es mayor información y el otro es la oportuna solución a los problemas.

6.3. Recomendaciones

En base a las conclusiones anteriores se puede dar las siguientes recomendaciones:

- Mejorar los aspectos con más baja calificación como son la Información, equipos, atención, preocupación por los problemas de los estudiantes.
- Otorgar mayor información ya sea por redes sociales, en la página web o en la plataforma virtual, página web de la universidad entre otras.
- Renovar los equipos tecnológicos de la universidad además de realizar un correcto mantenimiento de los mismos ya que este aspecto está generando menor

satisfacción en la dimensión de Tangibilidad, los estudiantes están insatisfechos con los equipos universitarios ya sean estos de los laboratorios y biblioteca.

- Informar de los logros, metas cumplidas e involucrar a los estudiantes en los procesos de mejora, además de colocar mensajes motivacionales o eventos lo que permita incrementar la confianza de los estudiantes hacia el departamento y por ende a la universidad, ya que es un elemento crítico donde los estudiantes tienen poca seguridad sobre la universidad.
- Implementar capacitaciones sobre la comunicación corporal y charlas motivacionales para los directores de carrera, docentes entre otros, Para mejorar la comunicación con los estudiantes, dar respuesta oportuna a sus requerimientos con lo cual se mejorara la satisfacción en los estudiantes.
- Evaluar de forma individual a los estudiantes de la carrera de finanzas para poder obtener información de aspectos específicos en los que se encuentran insatisfechos y así poder mejorar el servicio en general ya que es la carrera que menor satisfacción tiene en la mayor parte de los aspectos.

Presupuesto

| RUBROS | CANTIDAD | VALOR | VALOR |
|--|----------|----------|---------------|
| | | UNITARIO | TOTAL |
| GASTOS UNIVERSITARIOS | | | |
| Derechos de grado | 1 | 50,00 | 50,00 |
| Papel Politécnico | 15 | 0,1 | 1.5 |
| Subtotal | | | 51.5 |
| GASTOS SUMINISTROS Y MATERIALES | | | |
| útiles de oficina | | 30 | 30 |
| Impresiones Borradores | | 10 | 10 |
| Impresiones encuestas | | 25 | 25 |
| Material para encuestas | | 10 | 10 |
| Copias | | 15 | 15 |
| CD | 3 | 0.75 | 2.25 |
| Impresión tesis final full color | 3 | 15 | 45 |
| Empastados tesis | 3 | 20 | 60 |
| Subtotal | | | 197.25 |
| GASTOS SERVICIOS BASICOS | | | |
| Internet (mensual) | 5 | 28 | 140 |
| Teléfono (mensual) | 5 | 32.5 | 162.5 |
| Energía Eléctrica (mensual) | 5 | 7.5 | 37.5 |
| Subtotal | | | 340 |
| OTROS GASTOS | | | |
| Gastos combustible | 5 | 40 | 160 |
| Pago a encuestador | 1 | 40 | 40 |
| Subtotal | | | 200 |
| GASTOS VARIOS | | | |
| Gastos adicionales | | 200 | 200 |
| Subtotal | | | 200 |
| TOTAL PRESUPUESTO | | | 988.75 |

*Anexos***Cuadro 19*****Promedios por pregunta dimensión de Confiabilidad***

| DIMENSIÓN | SUBDIMENSIÓN | PREGUNTAS | RESULTADO |
|------------------|---------------------|---|------------------|
| CONFIABILIDAD | INFORMACIÓN | Información para el desarrollo de sus actividades relacionados con la carrera | 4,09 |
| | | Información para el proceso de matriculas | 3,92 |
| | | Información para el proceso de evaluación | 4,32 |
| | CUMPLIMIENTO | Cumplimiento a sus requerimientos por parte de su director de su carrera. | 4,24 |
| | | Cumplimiento a sus requerimientos por parte de su docentes | 4,16 |
| | | Cumplimiento a sus requerimientos por parte de la Secretaria del departamento | 3,93 |
| | | Cumplimiento a sus requerimientos por parte de la unidad de educación a distancia | 4,29 |

Cuadro 20

Promedios por pregunta dimensión de Tangibilidad

| DIMENSIÓN | SUBDIMENSION | PREGUNTAS | RESULTADO |
|--------------|---------------------------|--|-----------|
| TANGIBILIDAD | INSTALACIONES | Instalaciones de baños | 4,47 |
| | | Instalaciones de Aulas | 4,85 |
| | | Instalaciones de iluminación | 4,88 |
| | | Instalaciones de laboratorios | 4,75 |
| | | Instalaciones del departamento de ciencias económicas, administrativas y de comercio | 4,85 |
| | | Limpieza de baños | 4,4 |
| | LIMPIEZA | Limpieza de aulas | 4,66 |
| | | Limpieza de los laboratorios | 4,73 |
| | | Limpieza del departamento de ciencias Económicas, administrativas y de comercio | 4,92 |
| | | Equipos de computación de la universidad. | 4,64 |
| | EQUIPOS | Plataforma virtual. | 4,63 |
| | | Biblioteca universitaria | 4,83 |
| | CALIDAD EN LOS MATERIALES | Los libros y el material teórico designado para la elaboración de sus actividades | 4,46 |

Cuadro 21

Promedios por pregunta dimensión de Capacidad de respuesta

| DIMENSIÓN | SUBDIMENSIÓN | PREGUNTAS | RESULTADO |
|------------------------|--------------------|--|-----------|
| CAPACIDAD DE RESPUESTA | ORGANIZACIÓN | Organización en las matriculas | 3,82 |
| | | Organización en los trámites realizados con el director de su carrera | 4,16 |
| | | Organización en los tramites con el abogado de la carrera | 4,2 |
| | | Organización en los exámenes presenciales | 4,5 |
| | ATENCIÓN | Disposición a ser atendido por su director de su carrera | 4,3 |
| | | Disposición a ser atendido por sus docentes | 4,32 |
| | | Disposición a ser atendido por la secretaria del departamento | 4,21 |
| | ACTITUD | Actitud de su director de carrera | 4,42 |
| | | Actitud de sus docentes | 4,41 |
| | RESPUESTA OPORTUNA | Satisfacción de las respuestas recibidas por parte del departamento | 4,25 |
| | | Respuesta oportuna a sus requerimientos por parte del director de su carrera | 4,27 |
| | | Respuesta oportuna a sus requerimientos por parte de los docentes | 4,38 |

Cuadro 22

Promedios por pregunta dimensión de Seguridad

| DIMENSIÓN | SUBDIMENSION | PREGUNTAS | RESULTADO |
|-----------|--------------|--|-----------|
| SEGURIDAD | CONFIANZA | El trato que recibe por parte de su director de carrera es amable y cordial. | 4,6 |
| | | El trato que recibe por parte de sus docentes de la carrera es amable y cordial. | 4,68 |

Cuadro 23

Promedios por pregunta dimensión de Empatía

| DIMENSIÓN | SUBDIMENSION | PREGUNTAS | RESULTADO |
|-----------|-------------------|---|-----------|
| EMPATÍA | HORARIOS | Horarios de los exámenes | 4,7 |
| | | Horarios de plazo de entrega de guías | 4,38 |
| | | Horarios de plazo de entrega de actividades interactivas | 4,37 |
| | | Horarios de tutorías | 3,94 |
| | PROBLEMAS | Preocupación por sus requerimientos en el departamento de ciencias económicas, administrativas y de comercio. | 4,05 |
| | ATENCIÓN PERSONAL | Interés y dedicación que se le da a sus requerimientos por parte del director de su carrera. | 4,28 |
| | | Interés y dedicación que se le da a sus requerimientos por parte del abogado de su carrera | 4,19 |
| | | Interés y dedicación que se le da a sus requerimientos por parte de sus docentes | 4,19 |
| | ATENCIÓN ADECUADA | Es adecuado el servicio que recibe en la universidad | 4,33 |

Bibliografía

- Aguirre, M. S. (2005). Marketing en sectores específicos. En M. S. Aguirre, *Marketing en sectores específicos* (págs. 101-126). Madrid: Ediciones Piramide.
- Camisón 2007 pg. 919-920. (s.f.).*
- Carl, M. (2005). Investigación de mercados. En M. Carl, *Investigación de mercados* (pág. 5). Mexico DF.: Thomson.
- Casal & Mateu 2003. (s.f.).*
- Cottle, D. (1991). *El Servicio centrado en el cliente*. Madrid: Edigrafos.
- Domínguez 2006. (s.f.).*
- Evans Procter&Gamble. (s.f.).*
- Fundamentos de Marketing de Servicios (K Douglas Hoffman). (s.f.). 2da Edición.
- ISMI. (2001). La calidad en los servicios cómo se mide y gestiona. *MK Marketing+Ventas*, 29.
- John W. Cresswell 2008. (s.f.).*
- Kotler y Keller 2006 . (s.f.).*
- Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson.
- Malhotra 2008. (s.f.).*
- Malhotra 2008. (s.f.).*
- Malhotra 2008 p. 81. (s.f.).*
- Malhotra 2008 pg 7. (s.f.).*
- Mantilla 2006 p. 41. (s.f.).*
- Mantilla 2006. (s.f.).*
- Marketing de Servicios (Zeitham, Valarie A.). (s.f.). Segunda Edición.*

Mendoza 2009. (s.f.).

Nava, V. M. (2005). *Que es la calidad*. Ciudad de Mexico: limusa.

Nogales, A. F. (2004). *Investigacion y tecnicas de mercado*. Madrid: ESIC.

RAMIREZ, R., & MINTEGUIACA, A. (2009). Transformaciones en la educación superior Ecuatoriana . *ess (Eduación superior y sociedad)*, 138,151.

Richard L. Scheaffer, W. M. (2007). *Elementos de muestreo*. Madrid: Thomson editores.

Stanton, Etzel y Walker. (s.f.).

Valarie A. Zeithaml, A. P. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos.

Vasquez, J. A. (2008). Investigacion de Mercados: metodos de recogida y analisis de informacion. En J. A. Vasquez, *Investigacion de Mercados: metodos de recogida y analisis de informacion* (pág. 32). Madrid: Paraninfo.

Zeithaml 2007 pg. 23. (s.f.).