



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

**TEMA: ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES
DE GRADO DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO, RESPECTO A LA ATENCIÓN
RECIBIDA A NIVEL ADMINISTRATIVO**

AUTORA: DIANA CAROLINA CAMPOVERDE GONZAGA

DIRECTOR: DR. MARCO ANTONIO SOASTI MGTR.

SANGOLQUÍ

2017



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación " ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE GRADO DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, RESPECTO A LA ATENCIÓN RECIBIDA A NIVEL ADMINISTRATIVO" realizado por la señorita **DIANA CAROLINA CAMPOVERDE GONZAGA**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la señorita **DIANA CAROLINA CAMPOVERDE GONZAGA** para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 02 de febrero del 2017

Dr. Marco Antonio Soasti Mgtr.

DIRECTOR



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **DIANA CAROLINA CAMPOVERDE GONZAGA**, con cédula de identidad N° 172052717-3 declaro que este trabajo de titulación "ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE GRADO DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, RESPECTO A LA ATENCIÓN RECIBIDA A NIVEL ADMINISTRATIVO" ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ellos declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 02 de febrero del 2017

Srta. Diana Carolina Campoverde Gonzaga

C.C. 172052717-3



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Yo, **DIANA CAROLINA CAMPOVERDE GONZAGA**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación "ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE GRADO DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, RESPECTO A LA ATENCIÓN RECIBIDA A NIVEL ADMINISTRATIVO" cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolqui, 02 de febrero del 2017

Srta. Diana Carolina Campoverde Gonzaga

C.C. 172052717-3

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo primero a Dios por ser el soporte en vida, por permitirme llegar a este punto y darme fuerzas cada día para seguir adelante.

A mis padres que son mi fortaleza, mis compañeros de vida, que en cada momento me brindan su apoyo y amor incondicional.

A mi hermana y familia que con sus palabras y demostraciones de cariño han sido un pilar fundamental en mi vida.

A mis amigos y todos los que me apoyaron en el desarrollo de este proyecto.

A todos muchas gracias.

Diana Carolina Campoverde Gonzaga

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento muy especial, a mis profesores, especialmente al Dr. Marco Antonio Soasti, que como Director de tesis y profesor me supo orientar y apoyar tanto en mi carrera como en el desarrollo de este trabajo, gracias por su colaboración, porque sin su ayuda no hubiese sido posible la culminación de este proyecto.

A mis queridos padres, por su fe en mí, por su ejemplo, su paciencia, por su esfuerzo y trabajo diario para darme todo lo necesario tanto en mi vida académica como personal. Para mi hermana, Sofía, por estar ahí en cada momento difícil, por quererme y apoyarme tanto.

Diana Carolina Campoverde Gonzaga

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA	
CERTIFICADO.....	ii
AUTORIA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA.....	v
AGREDICIMIENTO.....	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
RESUMEN.....	xv
SUMMARY.....	xvi

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1. INTRODUCCCIÓN	1
1.2. Planteamiento del problema	3
1.2.1. Definición del problema	3
1.2.2. Justificación del problema	3
1.2.3. Desarrollo del problema	3
1.3. Objetivos.....	5
1.3.1. Objetivo general	5
1.3.2. Objetivos específicos	5
1.4. Preguntas de investigación	5
1.5. Hipótesis	5
1.6. Metodología.....	6

1.6.1.	Tipo de investigación	6
1.6.2.	Tipo de técnica de investigación	6
1.6.3.	Tipo de muestreo	6
1.6.4.	Tipo de información y técnicas utilizadas	7

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Teorías de Soporte	8
2.1.1.	Teorías del Consumidor	8
2.1.2.	Modelo ABC de las actitudes	9
2.1.3.	Teoría de los dos factores	9
2.2.	Conceptos teóricos de investigación.....	11
2.2.1.	Atención al cliente	11
2.2.2.	Servicio.....	12
2.2.3.	Funciones y servicios universitarios.....	12
2.2.4.	Calidad.....	14
2.2.5.	Calidad educativa	15
2.2.6.	Satisfacción.....	16
2.2.7.	Modelos de medición	17
2.2.8.	<i>Cultura de servicio</i>	21
2.3.	Estudios relacionados	22
2.3.1.	Nivel de satisfacción de los estudiantes universitarios frente a los servicios que prestan las Universidades a la comunidad estudiantil: Caso Guayaquil.....	22
2.3.2.	EL SEUE: Un instrumento para conocer la satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación.....	22
2.3.3.	Estudio de la satisfacción de los estudiantes con los servicios educativos brindados por instituciones de educación superior del Valle de Toluca	26
2.4.	Datos Relevantes del Estudio	27
2.4.1.	Universidades privadas.....	27
2.4.2.	Asignaciones y rentas del Estado para universidades y escuelas	

politécnicas particulares.....	28
2.4.3. Plan Nacional del Buen Vivir.....	28
2.4.4. Distrito Metropolitano de Quito	28
2.4.5. Sistema de Acreditación Superior	29
2.5 Análisis comparativo y crítico.....	33

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Universo	34
3.1.1. Población objetivo	34
3.1.2. Muestra	34
3.2. Instrumento de recopilación de datos	37
3.2.1. Encuesta.....	37
3.3. Recopilación los datos	45
3.3.1. Trabajo de campo	45
3.4. Planificación del procesamiento de la información.....	47
3.4.1. Revisión.....	47

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Procesamiento de datos	49
4.1.1. Datos personales.....	49
4.1.2. Satisfacción de los estudiantes	54

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Propuesta de plan estratégico de comunicación interna.....	117
5.2. Conclusiones y recomendaciones.....	123
5.2.1. Conclusiones.....	123
5.2.2. Recomendaciones	124

BIBLIOGRAFÍA	119
---------------------------	------------

ANEXOS.....	127
--------------------	------------

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Funciones de la universidad	13
Tabla 2 Necesidades según Noriaki Kano	19
Tabla 3 Subdimensiones e indicadores de la variable de satisfacciones de los alumnos en el cuestionario SEUE.....	24
Tabla 4 Estudiantes Matriculados en las Universidades Privadas de Quito.....	35
Tabla 5 Matriz del planteamiento del cuestionario	38
Tabla 6 Coeficiente alfa de Cronbach	48
Tabla 7 Universidad.....	49
Tabla 8 Carrera	50
Tabla 9 Edad.....	53
Tabla 10 Situación universitaria.....	53
Tabla 11 Género	54
Tabla 12 Escala de medición	54
Tabla 13 Dimensión de tangibilidad.....	55
Tabla 14 Dimensión de fiabilidad.....	55
Tabla 15 Capacidad de respuesta.....	56
Tabla 16 Seguridad.....	56
Tabla 17 Empatía.....	56
Tabla 18 Limpieza de las instalaciones	57
Tabla 19 Tabla cruzada limpieza de las instalaciones	58
Tabla 20 Adecuación de las instalaciones	59
Tabla 21 Tabla cruzada adecuación de las instalaciones.....	60
Tabla 22 Equipos tecnológicos.....	61
Tabla 23 Tabla cruzada equipos tecnológicos	62
Tabla 24 Medios de información.....	63
Tabla 25 Tabla cruzada apariencia y funcionamiento de los medios de información.....	64
Tabla 26 Seguridad de las instalaciones	65

Tabla 27 Tabla cruzada seguridad de las instalaciones	66
Tabla 28 Disponibilidad de estacionamientos	67
Tabla 29 Tabla cruzada disponibilidad de estacionamientos	68
Tabla 30 Acceso al internet	69
Tabla 31 Tabla cruzada acceso al internet.....	70
Tabla 32 Servicio médico	71
Tabla 33 Tabla cruzada servicio médico	72
Tabla 34 Servicio de fotocopiado.....	73
Tabla 35 Tabla cruzada servicio de fotocopiado	74
Tabla 36 Servicio bibliotecarios	75
Tabla 37 Servicios bibliotecarios	76
Tabla 38 Atención por parte del personal administrativo y de apoyo	77
Tabla 39 Tabla cruzada atención por parte del personal administrativo	78
Tabla 40 Atención por parte de las autoridades	79
Tabla 41 Tabla cruzada por parte de las autoridades.....	80
Tabla 42 Gestión de trámites institucionales	81
Tabla 43 Tabla cruzada gestión de trámites institucionales	82
Tabla 44 El personal administrativo presta el servicio sin errores y a la primera.....	83
Tabla 45 Tabla cruzada el personal administrativo presta el servicios sin errores y a la primera.....	84
Tabla 46 La información proporcionada es oportuna y confiable.....	85
Tabla 47 Tabla cruzada la información es oportuna y confiable.....	86
Tabla 48 Sus peticiones se realizan rápidamente	87
Tabla 49 Tabla cruzada sus peticiones se realizan rápidamente	88
Tabla 50 Rapidez con que sus quejas y reclamos son atendidas	89
Tabla 51 Tabla cruzada rapidez con que sus quejas y reclamos son atendidas.....	90
Tabla 52 Atención documental e inscripciones	91
Tabla 53 Tabla cruzada atención documental e inscripciones	92
Tabla 54 El personal de la institución muestra respeto, educación y amabilidad a la hora de atenderlo.....	93

Tabla 55 Tabla cruzada el personal de la institución muestra respeto, educación y amabilidad a la hora de atenderlo.....	94
Tabla 56 Usted considera que el personal está capacitado para desempeñar sus funciones	95
Tabla 57 Tabla cruzada usted considera que el personal está capacitado para desempeñar sus funciones.....	96
Tabla 58 Considera que el horario de atención está acorde a sus necesidades	97
Tabla 59 Tabla cruzada considera que el horario de atención está acorde a sus necesidades..	98
Tabla 60 Usted siente que las personas encargadas a la atención de sus necesidades son las suficientes	99
Tabla 61 Tabla cruzada usted siente que las personas encargadas a la atención de sus necesidades son las suficientes	100
Tabla 62 La forma en que se transmite la información es clara y por los medio adecuados	101
Tabla 63 Tabla cruza la forma en que se transmite la información es clara y por los medios adecuados.....	102
Tabla 64 Usted puede identificar fácilmente al personal responsable del servicio que requiere	103
Tabla 65 Tabla cruzada usted puede identificar fácilmente al personal responsable del servicio que requiere.....	104
Tabla 66 Servicios importantes	105
Tabla 67 Sugerencia	107
Tabla 68 Resumen de sugerencias.....	108
Tabla 69 Correlaciones.....	111
Tabla 70 Matriz plan de comunicación interno.....	115

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Teoría de los dos factores aplicado a los servicios universitarios	10
Figura 2 Teoría de los dos factores aplicada a los servicios administrativos	10
Figura 3 Modelo de Kano	20
Figura 4 Criterio Recursos e Infraestructura	32
Figura 5 Variables SPSS	47
Figura 6 Introducción de datos en SPSS	47
Figura 7 Universidad	49
Figura 8 Carrera.....	52
Figura 9 Edad	53
Figura 10 Situación universitaria.....	53
Figura 11 Género	54
Figura 12 Limpieza de las instalaciones.....	57
Figura 13 Adecuación de las instalaciones.....	59
Figura 14 Equipos tecnológicos	61
Figura 15 Medios de información	63
Figura 16 Seguridad de las instalaciones.....	65
Figura 17 Disponibilidad de estacionamientos.....	67
Figura 18 Acceso al internet.....	69
Figura 19 Servicio médico.....	71
Figura 20 Servicio de fotocopiado	73
Figura 21 Servicios bibliotecarios	75
Figura 22 Atención por parte del personal administrativo y de apoyo.....	77
Figura 23 Atención por parte de las autoridades	79
Figura 24 Gestión de trámites institucionales.....	81
Figura 25 El personal administrativo presta el servicios sin errores y la primera.....	83
Figura 26 La información proporcionada es oportuna y confiable	85
Figura 27 Sus peticiones se realizan rápidamente	87
Figura 28 Rapidez con que sus quejas y reclamos son atendidas.....	89
Figura 29 Atención documental e inscripciones.....	91

Figura 30 El personal de la institución muestra respeto, educación y amabilidad a la hora de atenderlo	93
Figura 31 Usted considera que el personal está capacitado para desempeñar sus funciones ...	95
Figura 32 Considera que el horario de atención está acorde a sus necesidades	97
Figura 33 Usted siente que las personas encargadas a la atención de sus necesidades son las suficientes	99
Figura 34 La forma en que se transmite la información es clara y por los medio adecuados	101
Figura 35 Usted puede identificar fácilmente al personal responsable del servicio que requiere	103
Figura 36 Servicios	106
Figura 37 Sugerencia	10707

RESUMEN

Ecuador en materia de educación ha desarrollado varias políticas para conseguir calidad educativa. Este consta de varios factores y uno de los más importantes es la satisfacción estudiantil donde se involucra los servicios académicos y administrativos. Este estudio tiene como objetivo evaluar el grado de satisfacción de los estudiantes universitarios a nivel administrativo que pertenezcan a instituciones privadas. En el mismo se analizó varios estudios relacionados, los cuales sirvieron como fundamento para realizar la investigación, además se aplicó el modelo de medición SERVPERF el cual se basa en el modelo SERVQUAL pero enfocándose exclusivamente en las percepciones, la puntuación SERVPERF se calcula de la sumatoria de las percepciones, donde la media es de 3,51 y que permite concluir que los estudiantes no se encuentran satisfechos con los servicios que reciben pero se considera son aceptables y según la literatura analizada no cumple con sus expectativas. El estudio aplicó un cuestionario con un total de 26 preguntas de las cuales 2 están destinadas a conocer las sugerencias de los encuestados en base a los servicios y las restantes tienen el objetivo medir el grado de satisfacción en referencia a lo que se ha considerado como los servicios básicos en una institución de educación superior. El cuestionario fue sometido a la prueba de fiabilidad donde se determinó el alfa de Cronbach con un valor de 0,937.

Palabras clave:

- **MODELO SERVPERF**
- **SATISFACCIÓN**
- **PERCEPCIONES**
- **UNIVERSIDADES PRIVADAS**
- **SERVICIOS ADMINISTRATIVOS**

SUMMARY

Ecuador on the field of education has developed several policies aimed to achieve a high quality education. This consists of several factors and one of the most important is the student satisfaction where academic and administrative services are involved. This study has the objective to evaluate the satisfaction degree of the university students at the administrative level belonging to the private institutions. In the same was analyzed several related studies, which served as a basis for conducting the research, in addition was applied the measurement model SERVPERF which is based on the SERVQUAL model but focusing exclusively on the perceptions, the SERVPERF score is calculated from the sum of the perceptions, where the average is 3.51 and allows to conclude that students are not satisfied with the services they receive but are considered acceptable and according to the literature analyzed does not meet their expectations. The study a questionnaire was applied with a total of 26 questions, 2 of them are intended to know the suggestions of the respondents based on the services and the others have the objective to measure the satisfaction degree taking in reference what has been considered as the basic services of an institution. The questionnaire was put to the reliability test where the Cronbach's alpha was determined with a value of 0.937.

Keywords:

- **SERVPERF MODEL**
- **SATISFACTION**
- **PERCEPTIONS**
- **PRIVATE UNIVERSITIES**
- **ADMINISTRATIVE SERVICE**

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1. Introducción

Actualmente la educación superior cuenta con un sistema de evaluación cuyo objetivo es mejorar la calidad de la educación y de esta manera promover cambios en el país. El proceso de evaluación en el Ecuador está a cargo del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES), quién ejerce la rectoría de la política pública para el aseguramiento de la calidad de la educación superior del país a través de procesos de evaluación, con mira a la acreditación de las IES.

A nivel mundial la supervisión educativa es de vital importancia pues la misma debe velar por el correcto funcionamiento del sistema, es así que el CEAACES ha propuesto un modelo de evaluación de universidades y escuelas politécnicas el cual propicia mejorar la calidad en la educación superior. Para el sistema de educación superior ecuatoriano la calidad se constituye en un principio que “consiste en la búsqueda constante y sistemática de la excelencia, la pertinencia, producción óptima, transmisión del conocimiento y desarrollo del pensamiento mediante la autocrítica, la crítica externa y el mejoramiento permanente” (LOES, Ecuador, 2010, art. 93); al tomar en cuenta que la calidad no es 100% objetiva y que la percepción del consumidor es trascendental a la hora de evaluar, se estima que la opinión de los estudiantes debe ser tomada en consideración para demostrar el cumplimiento de dicho principio.

Para lograr la calidad universitaria se debe analizar varios factores que están relacionados entre sí, todo esto con el propósito de conseguir “la satisfacción del estudiante reflejada por la eficiencia de los servicios académicos y administrativos” (Jiménes, Terriquez y Robles, 2011, p. 46). Tanto a nivel nacional como internacional se han realizado diferentes investigaciones, para estudiar la satisfacción de los estudiantes a nivel académico, es por eso que la intención de este proyecto es evaluar la satisfacción de los estudiantes en relación a los servicios administrativos.

“Se cree que las necesidades de los alumnos se perciben más cubiertas en aquellos que acuden a centros de enseñanza privados, que aquellos que van a centros públicos” (Fernández Enguita,

2008, citado en Pérez, López, Couto, y Navarro, 2012, p. 30); en base a esta afirmación se ha delimitado este estudio en las instituciones de educación superior privadas, con el fin de verificar o disentir que las mismas mantienen un nivel alto de complacencia.

Para eso, se va a dividir el tema en diferentes capítulos, donde primero se definen las bases del estudio, luego se analizarán los términos claves y teorías necesarias para el desarrollo de la investigación, así como se definirá la metodología, para finalmente realizar el trabajo de campo y proponer los resultados.

- En el primer capítulo se incluye la introducción, desarrollo del problema con: el objetivo principal, sus objetivos específicos, hipótesis y un breve resumen de la metodología.
- En el segundo capítulo se presentan las teorías, estudios relacionados, conceptos teóricos y datos relevantes.
- En el tercer capítulo se puede encontrar el marco metodológico que abarca la definición de la muestra diseño del instrumento y recopilación de la información
- El cuarto capítulo muestra el análisis de resultados y en el capítulo final se observa la propuesta realizada, así como también las conclusiones y recomendaciones.

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Definición del problema

Desconocimiento del nivel de satisfacción de los estudiantes de grado de las universidades privadas del Distrito Metropolitano de Quito, respecto a la atención recibida a nivel administrativo, con el fin de lograr la calidad universitaria y analizar puntos considerados importantes para alcanzar la satisfacción por parte de los estudiantes.

1.2.2. Justificación del problema

Esta investigación se enfocará en el análisis de la satisfacción de los estudiantes universitarios, la que ha tomado gran importancia para la permanencia y desarrollo de las instituciones de educación superior, puesto que son los estudiantes quienes conocen la realidad de dichas instituciones y quienes pueden valorarlas de forma positiva o negativa. "La satisfacción estudiantil es el resultado de todos los procesos que se llevan a cabo en las universidades, como del medio ambiente que los rodea." (Salinas, Morales y Martinez, 2008, p. 43); por este motivo se considera necesario la adecuada interacción de cada servicio en el proceso de enseñanza como son: las funciones administrativas y la infraestructura tanto académica como deportiva y se busca analizar la percepción de los alumnos respecto a estos factores. Asimismo se enfoca en presentar opciones de mejora a los servicios y la forma más adecuada en la que se pueden mantener una comunicación eficiente en la institución.

1.2.3. Desarrollo del problema

En la actualidad gracias a requerimientos del gobierno se han realizado distintas evaluaciones, con el fin de verificar la calidad en la prestación de los diferentes servicios, que tienen como obligación proporcionar las instituciones de educación superior, las que están enfocadas en el cumplimiento de la oferta académica, lo cual es de vital importancia tomando en cuenta que la imagen de las mismas depende del nivel de conocimientos adquiridos por los estudiantes, pero no se puede olvidar que dicha satisfacción no solo depende de los conocimientos que puedan adquirir los potenciales graduados sino también de la atención que reciben en relación a otros servicios complementarios.

En los últimos años el gobierno de la República del Ecuador se ha preocupado por fortalecer el conocimiento en la sociedad, para lo cual en su objetivo número cuatro del Plan Nacional del Buen Vivir manifiesta la democratización de la educación superior, con una mejora significativa en la calidad del servicio prestado por las diferentes universidades del país, bajo los principios de equidad social e igualdad, hacia los diferentes grupos sociales.

El compromiso por parte del Estado se ve expresado en diferentes artículos de la constitución, donde se cita el deseo del gobierno por garantizar la igualdad de oportunidades y la calidad de la educación impartida por parte de las diferentes universidades, escuelas politécnicas, públicas y particulares.

Al ser los estudiantes los principales beneficiarios, es de vital importancia verificar con ellos, los servicios que están recibiendo y la calidad de los mismos. "La satisfacción del alumno en los estudios universitarios ha cobrado vital importancia para las instituciones de este sector, pues de ella depende su supervivencia. Solo con la satisfacción de los alumnos se podrá alcanzar el éxito escolar, la permanencia de los estudiantes en la Institución, y sobre todo, la formación de una valoración positiva boca a boca" (Alves y Raposo, 2005, p. 2).

A partir de lo anterior, surge la necesidad de conocer el grado de satisfacción de los estudiantes con el objetivo evaluar la eficacia en la prestación de los diferentes servicios, que tienen como obligación proporcionar las instituciones de educación superior, las que están enfocadas en el cumplimiento de la oferta académica, lo cual es de vital importancia tomando en cuenta que la imagen de las mismas depende del nivel de los conocimientos obtenidos por los estudiantes, pero no se puede olvidar que dicha satisfacción no solo depende del nivel académico que adquieren los potenciales graduados, sino también de la atención que reciben en relación a otros servicios complementarios.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Realizar una investigación en los estudiantes de grado de las universidades privadas del Distrito Metropolitano de Quito, respecto al nivel de satisfacción sobre la atención recibida a nivel de servicios administrativos y de apoyo para delinear una propuesta del correcto servicio al cliente universitario.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Establecer un marco teórico que permita delimitar la línea base de la investigación, con el apoyo de diferentes fuentes de información.
2. Identificar los servicios ofertados por las distintas universidades por medio de un estudio cualitativo para establecer las dimensiones de la investigación.
3. Realizar un estudio cuantitativo en los estudiantes de las universidades privadas que permita determinar el nivel de satisfacción que tienen los mismos con los servicios que reciben de la institución a la que pertenecen para realizar una comparación entre ellos.

1.4. Preguntas de investigación

¿Los estudiantes de las universidades privadas se encuentran satisfechos con los servicios administrativos que reciben?

¿Qué tipo de servicios prestan las universidades privadas?

¿Cuáles son los problemas más frecuentes que presentan y que hacen para solucionarlos?

¿La mala atención recibida a nivel administrativo influye en el desempeño académico de los estudiantes?

1.5. Hipótesis

1. Las instituciones de educación superior no poseen un modelo de atención al cliente que les permita brindar un servicio de excelencia.

2. Las Universidades privadas prestan un servicio de atención satisfactorio debido al reconocimiento que desean obtener por parte de los estudiantes y la población en general.

1.6. Metodología

1.6.1. Tipo de investigación

Para cumplir con los objetivos de la presente investigación se pretende aplicar una investigación cuantitativa, " la investigación cuantitativa busca cuantificar los datos y, por lo general aplica algún tipo de análisis estadístico" (Malhotra, 2008, p. 137).

El desarrollo de la investigación permitirá identificar los servicios ofertados por las distintas universidades, las diferencias que existen en la prestación de los mismos y determinar el nivel de satisfacción que tienen los estudiantes con los servicios que reciben.

1.6.2. Tipo de técnica de investigación

Se va a aplicar una investigación descriptiva "que como su nombre lo indica, su principal objetivo es describir algo" (Malhotra, 2008, p. 78). La investigación busca determinar el nivel de satisfacción de los estudiantes de las universidades privadas al encontrar las características de ciertas variables como servicios universitarios, nivel de satisfacción, la infraestructura, atención al cliente, entre otros, por medio de análisis estadísticos, además de utilizar una investigación exploratoria, ya que existen estudios similares pero con diferentes enfoques, que nos servirán de base en el desarrollo de la investigación.

A su vez se utilizará un investigación transversal simple debido a que "se recolectan datos en solo momento, en un tiempo único" (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 151).

1.6.3. Tipo de muestreo

En la investigación se utilizará la técnica de muestreo aleatorio simple "donde cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección igual y conocida. Además, cada posible muestra de un determinado tamaño (n) tiene una probabilidad igual y conocida de ser la muestra seleccionada realmente. Esto implica que cada elemento se selecciona de manera independiente

de cualquier otro elemento. La muestra se extrae del marco de muestreo usando un procedimiento aleatorio." (Malhotra, 2008, p. 325)

La selección de las observaciones de una muestra aleatoria simple, se suele realizar mediante "números aleatorios", que son precisamente, un conjunto de números, los cuales tienen todos ellos la misma probabilidad de aparición.

1.6.4. Tipo de información y técnicas utilizadas

Tipo de información

La información puede ya existir cuando surge su necesidad para realizar una investigación o, por el contrario, debe ser creada para cumplir este cometido, en función de su disponibilidad se habla, respectivamente, de información secundaria y primaria. La información primaria es la que el investigador crea expresamente para un estudio concreto. Esta información no existe en el momento en el que se plantea la necesidad de utilizarla. La información secundaria puede haber sido creada en el pasado por los investigadores o puede haber sido generada por terceros ajenos a ellos. En estos casos se habla, respectivamente, de información secundaria interna y externa. (Esteban y Fernández, 2009, p. 60)

Para obtener cualquier tipo de información se debe buscar diferentes fuentes que proporcionen información relevante para la investigación. "Una fuente de información es el lugar de donde se obtienen los datos o la información que habrá de ocuparse como parte del trabajo de investigación." (Becerril, 1997, p. 263)

Técnicas utilizadas

En el estudio cuantitativo se va a aplicar la técnica de encuesta, la cual sirve "para obtener información se basa en el interrogatorio de los individuos, a quienes se les plantea una variedad de preguntas y de su estilo de vida. Estas preguntas se pueden hacer verbalmente, por escrito, mediante una computadora, y las respuestas se pueden obtener en cualquiera de estas formas. Por lo general, el interrogatorio es estructurado, lo cual se refiere al grado de estandarización impuesto por el proceso de recolección de datos. En la recolección estructurada de datos se prepara un cuestionario formal, y las preguntas se plantean en un orden predeterminado, de manera que el proceso también es directo. La investigación se clasifica como directa o indirecta, dependiendo de si los participantes conocen su verdadero propósito." (Malhotra, 2008, p. 168)

CAPÍTULO II

1. MARCO TEÓRICO

2.1. Teorías de Soporte

2.1.1. Teorías del Consumidor

Dado que la investigación está enfocada en realizar un análisis de los estudiantes, quienes son los consumidores o beneficiarios directos de los servicios prestados por las universidades se considera de vital importancia entender claramente las teorías del consumidor, las cuales según Schiffman, Kanuk (2005) se clasifican en:

2.1.1.1. *Teorías de la Personalidad*

Cada una de ellas ha desempeñado una función relevante en el estudio de la relación entre el comportamiento del consumidor y la personalidad.

Teoría Freudiana

Sigmund Freud construyó esta teoría sobre la premisa de que las necesidades o los impulsos inconsistentes, en particular los deseos sexuales y otros de carácter biológico, son el fundamento mismo de la motivación y personalidad humana. Los investigadores que aplican esta teoría consideran que los impulsos humanos son fundamentalmente inconsistentes y que en gran medida los consumidores no se dan cuenta de los verdaderos motivos por los cuales deciden lo que van a comprar.

Teoría Neufreudiana

Los neufreudianos consideraban que las relaciones sociales son fundamentales para la formación y el desarrollo de la personalidad.

2.1.1.2. *Teoría de los rasgos*

La orientación de la teoría de los rasgos es de índole fundamentalmente cuantitativo, y se enfoca en la medición de la personalidad en términos de características psicológicas.

2.1.2. Modelo ABC de las actitudes

La mayoría de las investigaciones coincide en que una actitud tiene tres componentes: afecto, comportamiento y cognición. El *afecto* se refiere a lo que un consumidor siente por un objeto de su actitud. El *comportamiento* implica las intenciones de un individuo para hacer algo relacionado con el objeto de su actitud. La *cognición* se refiere a las creencias que tiene el consumidor sobre el objeto de su actitud (...). Este modelo destaca las interrelaciones entre saber, sentir y hacer. Las actitudes que tiene un consumidor hacia un producto no pueden determinarse simplemente al identificar sus creencias al respecto (Solomon, 2007, p. 237).

El Modelo ABC de las actitudes se aplica al presente proyecto debido a las creencias (cognición) por las buenas prácticas en la atención privada que se ha creado en los consumidores, las cuales provocan un efecto positivo que a largo plazo se transforma en la reputación de las instituciones y lo que se desea confirmar.

2.1.3. Teoría de los dos factores

Frederick Herzberg formula la teoría de los factores basándose en el ámbito de satisfacción en el trabajo. Según esta teoría existen factores que determinan la satisfacción y otros muy distintos que determinan la insatisfacción si su nivel es insuficiente, pero no producirían satisfacción si su nivel es suficiente. Los factores higiénicos producirían insatisfacción si su nivel es insuficiente, pero no producirán satisfacción si su nivel es suficiente. Por el contrario, los factores de crecimiento generan satisfacción cuando su nivel es suficiente, pero no generan insatisfacción cuando su nivel es insuficiente. (Carmona y Leal, 1998, p. 54)

“Los factores de higiene están relacionados con la insatisfacción y los motivadores al contrario conducen a la satisfacción. Aplicado esta teoría a la satisfacción del cliente se refieren a los factores higiénicos a aquellos que son esperados por el mismo, en los que un fallo en su prestación causarán insatisfacción y los factores de crecimiento darán lugar a la satisfacción, y en los que un fallo no necesariamente causarán insatisfacción” (Carmona Lavado y Leal Milán, 1998, p. 55; Crespo, López, Peña y Carreño 2003, p. 239).

Al estudiar esta teoría se puede concluir que los servicios administrativos objeto de análisis de la investigación se consideran higiénicos, porque dichos servicios ofertados correctamente producirán satisfacción en los alumnos, pero lo que en realidad atrae a los estudiantes, es decir forma parte de los factores motivadores, son los servicios académicos, aquellos que si no cumplen las expectativas de los estudiantes podrían ocasionar la deserción. En la siguiente

figura se explica mejor los servicios universitarios clasificados en los factores higiénicos y motivadores:

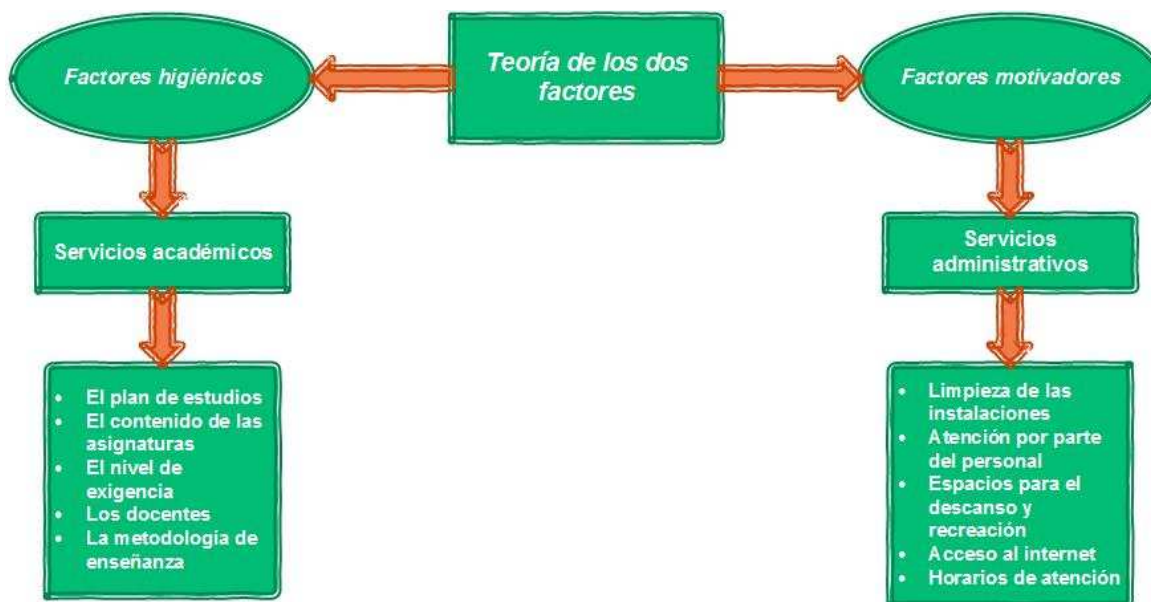


Figura 1 Teoría de los dos factores aplicado a los servicios universitarios

En Figura 2 se detalla la clasificación de los servicios administrativos o de apoyo aplicados a los factores anteriormente mencionados:

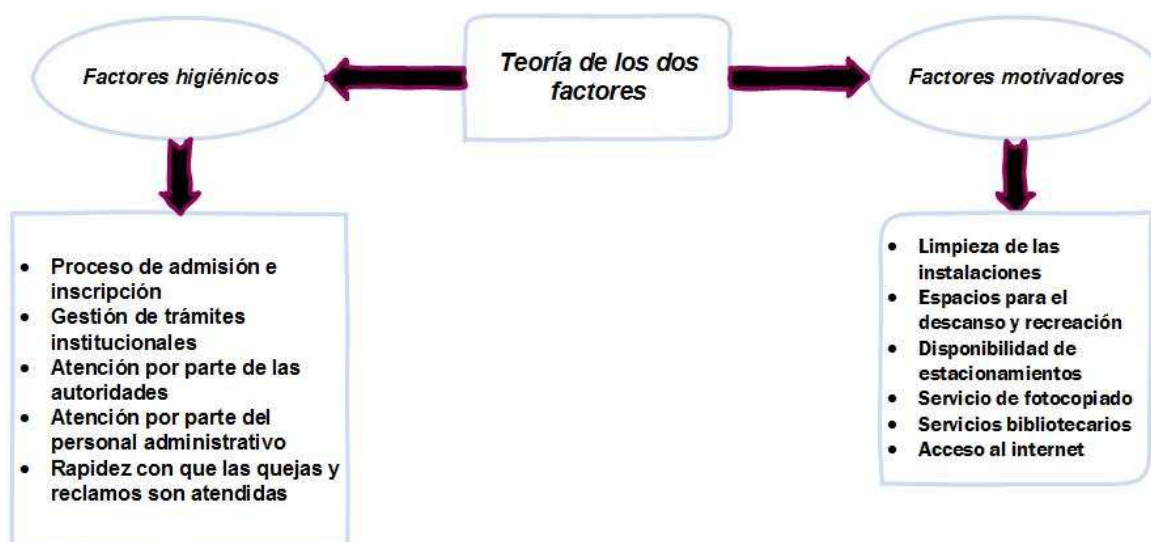


Figura 2 Teoría de los dos factores aplicada a los servicios administrativos

2.2. Conceptos teóricos de investigación

2.2.1. Atención al cliente

La atención al cliente "es el conjunto de actividades desarrollados por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes" (Blanco, 2001, p. 13).

Por su parte Serna (2006) define el servicio al cliente como "el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos" (p. 19).

Bajo estos conceptos toda organización ya sea pública o privada debe orientar sus esfuerzos por cumplir con su promesa de valor, intentando brindar a sus clientes la atención que ellos esperan. La atención al cliente es un eje fundamental para cualquier empresa, las cuales destinan grandes cantidades de recursos ya sean económicos como humanos para lograr que sus clientes se sientan a gusto con la empresa y lograr su fidelidad.

Cabe mencionar que los conceptos planteados anteriormente se enfocan en compañías del sector privado, sin embargo en los últimos años el Gobierno ha manifestado su deseo de ser aplicado en empresas del sector público, buscando mejorar la cultura de servicio del país.

En el Ecuador por muchos años se ha podido evidenciar la mala atención en el sector público, debido a que la atención de las entidades es regida por una demanda inflexible, la única forma de mejoramiento para la población ha venido de las políticas gubernamentales, y el control que estas han tenido sobre cada organización. En los últimos años las políticas de gobierno han venido reestructurandose, con la finalidad de dar a la población una atención digna, según lo estipulado en la constitución, en el artículo 53 donde menciona que "Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación".

2.2.2. Servicio

Para Kotler (1995) un servicio "es cualquier actividad o beneficio que una parte pueda ofrecer a otra. Es esencialmente intangible y no se puede poseer. Su producción no tiene porqué ligarse necesariamente a un producto físico." Lo que en términos generales define al servicio como un producto intangible, el cual puede o no estar relacionado con la venta de un bien y cuyo único objetivo es proporcionar satisfacción.

Grande (2005) menciona las "características que poseen los servicios son:

- ***Intangibilidad.***

Que un servicio sea intangible significa que no se puede apreciar con los sentidos antes de ser adquirido.

- ***Inseparabilidad.***

Los servicios muy frecuentemente no se pueden separar de persona que lo produce.

- ***Heterogeneidad.***

Que los servicios sean heterogéneos quiere decir que es difícil estandarizarlos.

- ***Carácter perecedero.***

Los servicios no se pueden almacenar.

- ***Ausencia de Propiedad.***

Los compradores de servicios adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte tangible del servicio" (p. 35-37)

2.2.3. Funciones y servicios universitarios

Debido a la naturaleza del proyecto surge la necesidad de conocer qué y cuáles son los servicios básicos con los que debe contar una Universidad, para lo cual no se puede olvidar como se mencionó anteriormente, que un servicio puede estar acompañado de un producto

tangible, es así como las Universidades deben contar con cierta infraestructura necesaria para los estudiantes como son:

- Canchas deportivas
- Áreas verdes
- Biblioteca
- Aulas
- Laboratorios
- Cafetería

Lo que complementa con la formación académica y la atención proporcionada por cada uno de los miembros de la institución, además de los servicios de información, matriculación, entre otros.

Para López (2014) “la calidad en la educación se refiere tanto a la consecución de unos resultados determinados, como al desarrollo del propio proceso educativo” (p.1938), lo cual se consigue con el correcto funcionamiento de las funciones de una Universidad las cuales se detallan en la Tabla 1.

Tabla 1
Funciones de la universidad

Funciones de la universidad		
Actividades principales	Actividades auxiliares	Actividades administrativas y generales
Docencia	Servicios de informática	Gestión de centros y departamentos
Investigación	Servicios de documentación, bibliotecas, hemerotecas y otros centros de documentación.	Gestión de RR. HH.
Estudio	Servicios de laboratorios y talleres.	Ordenación docente
	Servicios de recursos audiovisuales y videotecas	Gestión de la investigación
	Servicios de apoyo a asociaciones estudiantiles	Gestión del acceso a la Universidad

Actividades principales	Actividades auxiliares	Actividades administrativas y generales
Estudio	Servicios de información y orientación al estudiante	Dirección y gestión generales
	Servicios de deportes y comedores estudiantiles	Gestión económica y contable
	Otros servicios de apoyo	Otras gestiones administrativas generales

Fuente. Recuperado de "La calidad en los servicios y gestión de las Universidades" por D. López, 2014, Revista Vasca de Administración Pública, No. 99-100, p. 1938.

Cumplir con las necesidades tanto académicas como administrativas comprende cubrir con eficiencia las diferentes funciones antes detalladas, sin olvidar que muchas de las actividades que son consideradas como auxiliares, son aquellas que pueden marcar la diferencia a la hora de generar satisfacción. La satisfacción del estudiante va a ser el reflejo de la relación que existe entre cada área de la institución y su correcto funcionamiento.

2.2.4. Calidad

Pérez (2006) manifiesta que calidad significa "brindar al cliente lo que se prometió desde el diseño del producto o servicio.", mientras que Deming (1989) define a la calidad "en términos de la capacidad que se tiene para garantizar la satisfacción del cliente." Partiendo de estos conceptos se considera que la calidad será definida por el nivel de satisfacción del cliente, que depende del cumplimiento de lo ofertado por la organización, lo que bajo términos universitarios corresponde a la oferta académica y la atención brindada por el personal administrativo y docente.

"Las empresas de servicios están comprometidas en servir a las personas. La relación es constructiva sólo si el servicio responde a las necesidades del cliente. Se puede medir en relación al precio, plazo de entrega o adecuación a sus objetivos. En grado en el que el servicio satisface con éxito las necesidades del cliente, a medida que se presta, es lo que se llamó aptitud para el uso". (Zimmermann y Enell, 1993, p. 9).

En el sistema de educación superior busca alcanzar altos estándares de calidad. En el caso de las instituciones privadas, esta les otorgará el prestigio para que la oferta de estudiantes crezca, mientras que en las instituciones públicas se busca alcanzar el cumplimiento de los objetivos

planteados en las políticas gubernamentales y así promover el desarrollo del país sin desmedro de las condiciones de imagen institucional.

2.2.5. Calidad educativa

Según Bustos y Salazar (2010) se puede hablar de calidad en educación, "cuando esta es promotora del progreso de sus estudiantes en una amplia gama de logros intelectuales, sociales, morales y emocionales, teniendo en cuenta su nivel socioeconómico, su medio familiar y su aprendizaje previo. Un sistema educativo eficaz es el que maximiza la capacidad de las instituciones para alcanzar esos resultados" (p. 14).

Al considerar que el objetivo principal de una institución de educación superior es brindar servicios que logren la satisfacción plena de los estudiantes, con el propósito de prepararlo tanto académica como socialmente para poder desempeñar su profesión de la mejor manera, todo esto en base al mejor desempeño de los recursos humanos y académicos con los cuales. Desde esta perspectiva una educación de calidad es aquella que ofrece al estudiante un adecuado contexto físico para el aprendizaje, un cuerpo docente preparado para la tarea de enseñar, buenos materiales de estudio y de trabajo, estrategias didácticas adecuadas. Esta dimensión pone en primer plano el análisis de los medios empleados en la acción educativa.

Todos los esfuerzos que se realicen por conseguir calidad en los servicios prestados se ejecutan con la intención de brindar experiencias para lograr que la percepción del cliente sea favorable ya que "la calidad es lo que el cliente dice a partir de su percepción" (Grönroos, 1990, citado en Comisión, Cruz y Gonzáles, 2006, p. 170).

Según Fernández (2003) "las empresas satisfacen todas las especificaciones de sus clientes y todo contacto con ellos, ya que contribuye a la imagen que forman los clientes en sus mentes sobre la empresa" (p. 44), lo mismo sucede en una universidad, las mismas se preocupan por brindar un producto de calidad la cual como toda empresa viene acompañado del servicio que se brinde, "la percepción de la calidad en el servicio debe estar respaldada por una estructura y gestión organizacional, de tal forma que se cree una filosofía en el servicio que busque superar las expectativas de los clientes" (Botero y Peña, 2006, p. 218).

Para Maqueda y Llaguno (1995) "la orientación de la empresa a satisfacer necesidades está orientada tanto al cliente interno como externo, para lo cual se requiere abarcar todas las funciones y actividades hacia el cliente interno que constituyen procesos continuos" (p. 443).

Es decir la calidad será el resultado de la satisfacción del cliente interno quién demostrara la eficiencia con la que la institución maneja sus procesos.

2.2.6. Satisfacción

Según Grande (2005) la satisfacción de un consumidor "es el resultado de comparar la percepción de los beneficios que obtiene con las expectativas que tenían al recibirlos.

$$\textit{Satisfacción} = \textit{Percepciones} - \textit{Expectativas}$$

Si las percepciones superan las expectativas, los consumidores se encontrarán satisfechos y asignaran calidad al servicio. Cuando coincidan ambas no existirá satisfacción, porque se habrá recibido lo que se esperaba, lo cual no necesariamente debe ser así ya que se cumplió con lo que se esperaba y puede existir satisfacción. Si las percepciones son inferiores se producirá insatisfacción" (p. 345).

Por otra parte no se puede olvidar que la satisfacción y la calidad están estrechamente relacionados, ya que cuando un cliente siente que recibió un producto o servicio de calidad se encuentra satisfecho.

Cuando hablamos de la satisfacción estudiantil se debe pensar que la misma es el reflejo la eficiencia de los servicios académicos y administrativos. Es importante saber que los estudiantes manifiestan su satisfacción con las unidades de aprendizaje, con las interacciones con su profesor y compañeros de clase, así como las instalaciones y el equipamiento. Son los estudiantes los principales usuarios de los servicios universitarios, los destinatarios de la educación, son ellos los que mejor pueden valorarla, y, aunque pueden tener una visión parcial, sus opiniones no dejan de ser fruto de sus percepciones, influenciadas por expectativas, necesidades y por diversos factores, que sirven como indicador de mejoramiento de la gestión y del desarrollo de los programas académicos. (Jiménez, Terriquez y Robles, 2011, p. 46)

"La satisfacción estudiantil se define como el nivel del estado de ánimo de los alumnos con respecto a su institución como resultado de su percepción sobre el cumplimiento de sus necesidades, expectativas y requisitos" (Mejías y Martínez, 2009, p. 34).

2.2.7. Modelos de medición

La satisfacción puede ser medida mediante varios modelos como:

2.2.7.1. Modelo SERVQUAL

“El modelo SERVQUAL, promovido por Zeithalm, Parasuraman y Berry, propone medir la calidad percibida de un servicio como la diferencia entre la percepción y la expectativa. Este modelo utiliza cuestionarios de 22 ítems, agrupados en 5 dimensiones: elementos, intangibilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía” (González, Carmona y Rivas, 2007, p. 13).

Propusieron como dimensiones subyacentes integrantes del constructo calidad de servicio los elementos tangibles (apariciencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación), la fiabilidad (habilidad de prestar un servicio de forma precisa), la capacidad de respuesta (deseo de la organización de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida), la seguridad (conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados, junto a su habilidad para transmitir confianza al cliente) y la empatía (la organización se pone en el lugar del cliente, prestando una atención individualizada a cada uno). Los cinco subconstructores no son directamente observables y para evaluarlos es necesario medir en cada uno de ellos una serie de ítems. Así, a cada ítem se responde mostrando el grado de acuerdo en una escala tipo Likert de 7 puntos, que varía desde un fuerte desacuerdo hasta un total o fuerte acuerdo. (Miranda, Chamorro y Rubio, 2007, p. 250)

Al medir tanto las expectativas como las percepciones el cuestionario que debe ser utilizado para la aplicación de este modelo puede llegar a ser muy extenso y por esta razón requiere de una mayor cantidad de tiempo para ser resuelto.

2.2.7.2. Modelo SERVPERF

El modelo SERVPERF desarrollado por Cronin y Taylor, utiliza exclusivamente la percepción como una buena aproximación a la satisfacción del cliente (González, Carmona y Rivas, 2007, p. 13).

Según Cronin y Taylor (1994) Servperf se basa sólo en el resultado del servicio sin considerar las expectativas del cliente. “En ese sentido, el modelo Servperf emplea únicamente las 22 afirmaciones referentes a las percepciones sobre el desempeño percibido del modelo Servqual.

La puntuación Servperf se calcula como la sumatoria de las puntuaciones de percepción” (Ibarra y Casas, 2014, p. 234).

$$SERVPERF = \sum P_j$$

Según los autores, se concluye que la calidad de servicio será tanto más elevada, en cuanto mayor sea la suma de percepciones, además de presentar ciertas ventajas como las siguientes: requiere menos tiempo para la administración del cuestionario ya que solo se requiere conocer la opinión de los encuestados en relación a las percepciones, el trabajo de interpretación e análisis correspondiente es más fácil de llevar a cabo (p. 234-235).

Para Oliver (1980) las definiciones de satisfacción del cliente concluyen tres tipos de niveles: *insatisfacción*, cuando el cliente no queda satisfecho por el servicio que se lo brinda o por el producto que adquiere; *satisfecho* cuando el servicio o producto cumple con las expectativas del cliente; y *satisfecho encantado*, cuando el cliente recibe más de lo que esperaba, como resultado de la teoría de la desconfirmación positiva de expectativas.

2.2.7.3. Modelo de Kano

Modelo desarrollado por Noriaki Kano, creado con el objetivo de entender las preferencias o necesidades de los clientes. Según el profesor Kano existen tres tipos de necesidades: básicas o esperadas, atractivas o estimulantes y explícitas, en la Tabla 2 se detalla dichas necesidades y sus principales características (Sangüesa, Dueñas y Ilzarde, 2006, p. 36).

Tabla 2
Necesidades según Noriaki Kano

Básicas	No generan satisfacción en el cliente, pero sí se genera una elevada insatisfacción cuando no están presentes.
	Se consideran evidentes
	Responder de forma adecuada a estas expectativas del cliente no conduce a una mayor satisfacción del mismo.
Explícitas	Cuanto más se satisfagan estas expectativas del cliente, mayor es su satisfacción.
	A menudo se consideran como el mínimo requerido para conservar el negocio
	Para ser verdaderamente competitivo las empresas deben asombrar y encantar a los clientes yendo más allá de lo esperado
Atractivas	Sorprender a los clientes con detalles positivos con los que no habían contado y que hacen aumentar su satisfacción
	Son fuertes potenciales de aumento de la satisfacción del cliente.
	No provocan insatisfacción si no están presentes, pero si generan elevada satisfacción cuando están presentes.

Fuente. Recuperado de: "Introducción a la Gestión de la Calidad" por F. Miranda, A. Chamorro y S. Rubio, 2007, Delta Publicaciones, p. 50 y 51 y de "Teoría y Práctica de la Calidad" por M. Sangüesa, R. Mateo y L. Ilzarde, 2006, Thonsom Ediciones Paraninfo, S.A., p. 36.

“Es importante cumplir con todas las características básicas ya que un pequeño grado de incumplimiento consigue una gran insatisfacción por parte del cliente. Las características

explicitas harán que su satisfacción aumente o disminuya en función del grado del logro conseguido. Por ultimo las características atractivas lograrán que simplemente con pequeños hechos, nuestro cliente se sienta altamente satisfecho.

Como se puede observar en el figura 3, donde se representa el modelo de Kano, las características del producto o servicio pueden variar con el tiempo es decir, necesidades que para el cliente pueden ser atractivas actualmente en el futuro pueden convertirse en básicas.” (Sangüesa, Dueñas y Ilzarde, 2006, p. 37).

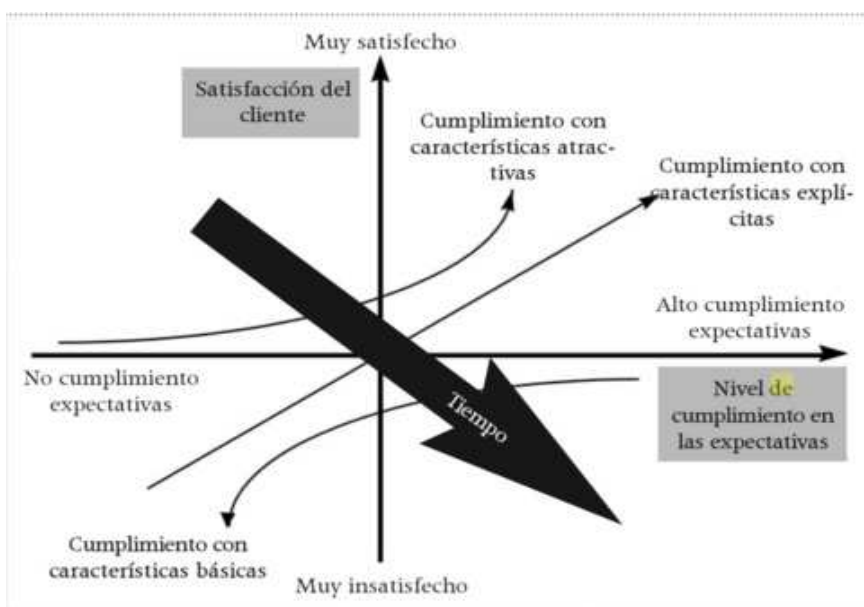


Figura 3 Modelo de Kano

Fuente. Recuperado de: "Teoría y Práctica de la Calidad" por M. Sangüesa, R. Mateo y L. Ilzarde, 2006, Thonsom Ediciones Paraninfo, S.A., p.36

2.2.8. Cultura de servicio

“La cultura de la empresa es el conjunto de valores, conductas y formas de comunicarse que predominan en el personal y que modulan la identidad de la empresa. La cultura es un concepto global que explica porque la gente piensa de determinada manera, hace determinadas cosas, valora los mismos objetivos, comparte ritos y tradiciones, e incluso disfruta de las mismas bromas” (Gosso, 2008, p. 110).

En otras palabras la cultura de la organización establece el comportamiento del empleado, diciendo lo que puede o no puede hacer, y sienta las bases para que cohabiten los distintos comportamientos de los empleados.

Según el autor citado una cultura de servicio adecuada viene dada desde las autoridades, quienes representan al estado y deben orientar al servidor público para brindar una atención de calidad la cual se convierta en una costumbre y contribuya a la mejora tanto de la educación universitaria como del servicio público en el país.

Como es de conocimiento general en nuestro país no se ha mantenido una cultura de servicio apropiada desde hace muchos años, pero el esfuerzo constante del Gobierno por lograr que la calidad en el servicio público en el Ecuador mejore se ha manifestado en el “Informe del Banco Iberoamericano de desarrollo (BID) en él se menciona un avance desde el año 2011 donde el país se ubicaba en el penúltimo entre 16 naciones de la región con una calificación de 21/100 mientras que a julio del 2015 logró avanzar al puesto seis con un puntaje de 41/100” (La hora, 2015).

2.3. Estudios relacionados

Tanto a nivel nacional como en América latina se han realizado diferentes estudios relacionados con la satisfacción de los estudiantes en base a los servicios educativos proporcionados por las diferentes universidades los cuales se mencionaran a continuación:

2.3.1. Nivel de satisfacción de los estudiantes universitarios frente a los servicios que prestan las Universidades a la comunidad estudiantil: Caso Guayaquil

En la ciudad de Guayaquil se realizó un trabajo muy similar donde se deseaba analizar el nivel de satisfacción de los estudiantes universitarios frente a los servicios que prestan las universidades a la comunidad estudiantil, el mismo que fue realizado por Cesar Anchundia Ayala y Julia Saad de Janon. Dicho trabajo tomó en cuenta los servicios, académicos, administrativos, alimentación, transportación e infraestructura y las universidades que fueron tomadas en cuenta para la investigación fueron: Estatal, Laica, ESPOL, la Católica, la Agraria y la Santa María que son de la región costa. (Anchundia y Saad, 2003, párr. 1)

En base a este proyecto se desea ampliar la investigación donde los estudiantes muestren su nivel de satisfacción por los servicios que reciben en relación a los servicios administrativos.

2.3.2. EL SEUE: Un instrumento para conocer la satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación

Sebastian Carmona y María Clara Giraldo diseñaron un instrumento con el objetivo de medir la satisfacción de los estudiantes de la Carrera de Educación de la Universidad de Los Andes Táchira de Venezuela, mediante un cuestionario llamado SEUE.

La necesidad de realizar este estudio surge para conocer la satisfacción de los alumnos como la apreciación favorable que hacen los estudiantes de los resultados y experiencias asociadas con su educación, en función de la atención a sus propias necesidades y el logro de sus expectativas. (Gento y Vivas, 2003, p. 16)

Según Palacios y García (2003) el cuestionario contiene una portada que sirve para la presentación del cuestionario y en el cual se recogen los datos que identifican al alumno en cuanto a edad, sexo, año que cursa, sección y turno asignado, así como la carrera en la que está

inscripto. Estos datos proporcionan información sobre algunas características de la población encuestada, los cuales permiten establecer las semejanzas y diferencias en el grado de satisfacción de los distintos grupos, entre los que se puede distinguir la población. El instrumento consta de noventa y tres (93) ítems, los cuales están distribuidos en diez (10) apartados. (p. 20)

El cuestionario de SEUE plantea también la forma de calcular el resultado global donde el valor total de la apreciación de los alumnos se calcula mediante el cociente de la sumatoria de las valoraciones hechas en cada uno de los noventa y tres (93) ítems que conforman el cuestionario entre el número de cuestionarios aplicados.

$$\text{Grado de Satisfacción} = \frac{V}{N}$$

Donde V es igual a la sumatoria de la valoración en cada uno de los noventa y tres ítems que conforman el cuestionario y N es igual al número de cuestionarios aplicados. (Gento y Vivas, 2003, p. 20)

Según los autores del cuestionario el mismo no tiene un tiempo límite de aplicación pero se estima que entre 20 y 30 minutos para su resolución según los resultados de la prueba piloto. También se menciona que es necesario responder todas las preguntas ya que la omisión de alguna pregunta altera el resultado del cuestionario. En la Tabla 3 se indica las subdimensiones de cada variable y sus indicadores.

La investigación aportó conclusiones importantes ya que el instrumento diseñado alcanzó un alto grado de validez superior al noventa por ciento, por lo que afirman que mide el grado de satisfacción de los alumnos con la educación que reciben. (Gento y García, 2003, p. 23)

Tabla 3

Subdimensiones e indicadores de la variable de satisfacciones de los alumnos en el cuestionario SEUE

Subdimensión	Definición	Indicadores	Items
I. Satisfacción por el cumplimiento a sus necesidades básicas.	Satisfacción de los alumnos por las condiciones de la institución porque ofrecen garantías suficientes para el adecuado desarrollo del proceso de información profesional.	Adecuación de las instalaciones, donde se considera: la limpieza, iluminación, ventilación, además de la suficiencia de los espacios para la enseñanza y el estudio; los espacios para la recreación y el descanso, espacios deportivos y comedor.	1 al 13
II. Satisfacción con los servicios ofrecidos a los estudiantes.	Satisfacción de los alumnos con la manera en que funcionan los servicios estudiantiles.	Se considera los servicios bibliotecarios, de admisión e inscripción y demás servicios de apoyo.	14 al 26
III. Satisfacción por su seguridad vital.	Satisfacción de los alumnos por tener la seguridad de que las condiciones de supervivencia básica, dentro del entorno habitual de la institución están garantizadas.	Seguridad del edificio (escaleras de incendio, salidas de urgencia, existencia de extintores). La seguridad del mobiliario (sin aristas peligrosas, materiales rompibles o inflamables) La seguridad del transporte (Seguridad del vehículo, de la ruta) Seguridad de las zonas de esparcimiento. Seguridad del entorno que rodea el centro.	27 al 32

Subdimensión	Definición	Indicadores	Items
IV. Satisfacción por la seguridad económica.	Satisfacción de los alumnos por tener la seguridad que su condición socioeconómica es tomada en consideración y no se constituye en un obstáculo para su proceso formativo.	La igualdad de oportunidades para participar en actividades curriculares y extracurriculares, sin limitaciones por razones socioeconómicas.	33 al 39
V. Satisfacción por la seguridad emocional	Satisfacción por contar con el afecto que requiere un desarrollo equilibrado de la personalidad y el esfuerzo que ha de realizar para lograr su formación.	El trato afectuoso de sus profesores, compañeros, las autoridades, personal administrativo y personal de servicios (biblioteca, comedor, servicio médico).	40 al 47
VI. Satisfacción por la pertenencia a la Institución o al grupo de alumnos.	Satisfacción por contar con el reconocimiento debido y la aceptación por el hecho de ser miembros de la institución en general y del grupo de clase. , así como tener las oportunidades de participar en las políticas proyectos institucionales.	La aceptación por el personal de la universidad como: profesores, por el personal no docente, por los otros alumnos de la institución y los compañeros de clase.	48 al 57
VII. Satisfacción por el sistema de trabajo.	Satisfacción por la manera de organización del trabajo y los recursos que suponen.	Contar con los recursos necesarios para desarrollar sus actividades académicas.	58 al 76

Fuente. Recuperado de "El SEUE: un instrumento para conocer la satisfacción de los estudiantes universitarios con su educación" por S.G. Palacios, M. V. García, 2003, Fundación Dialnet, Vol. 12, No. 2, p. 21.

2.3.3. Estudio de la satisfacción de los estudiantes con los servicios educativos brindados por instituciones de educación superior del Valle de Toluca

En el Valle de Toluca se diseñó y aplicó un instrumento a los estudiantes de las Universidades públicas y privadas con el objetivo de evaluar la calidad de los servicios educativos por parte de Julio Álvarez Botello, Eva Chaparro Salinas y Diana Reyes Pérez, el mismo "se realizó en base a la escala de Likert donde se deseaban analizar aspectos como Plan de estudios, Habilidad para enseñanza docente, Métodos de enseñanza- evaluación, Nivel de autorrealización del estudiante, Servicios de apoyo, Servicios administrativos, Ambiente propicio e Infraestructura" (Álvarez, Chaparro y Reyes, 2015, p. 5).

Para el diseño de este cuestionario se recopiló información de diferentes estudios hechos con anterioridad lo que los llevo a enfocarlo en las siguientes variables:

- Plan de estudios
- Capacitación y habilidad para la enseñanza de los docentes
- Métodos de enseñanza y evaluación
- Nivel de autorrealización del estudiante
- Servicios de apoyo
- Servicios administrativos
- Ambiente propicio
- Infraestructura

Por último el estudio demostró por medio de análisis estadísticos que son seis las dimensiones que determinan la satisfacción estudiantil, como son: Atención del Personal, Aspectos Académicos, Empatía, Aspectos Complementarios, Oferta Académica y Gestión Docente (Álvarez, Chaparro y Reyes, 2015, p. 12).

2.4. Datos Relevantes del Estudio

2.4.1. Universidades privadas

Según la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, las Universidades privadas se encuentran clasificadas en: autofinanciadas y particulares que reciben rentas y asignaciones del Estado.

Autofinanciadas

- Universidad Particular Internacional SEK – UISEK
- Universidad de Las Américas – UDLA
- Universidad de Especialidades Turísticas – UCT
- Universidad de los Hemisferios – UDLH
- Universidad Tecnológica Indoamérica– UTI
- Universidad Iberoamericana del Ecuador – UNIBE
- Universidad Internacional del Ecuador – UIDE
- Universidad Metropolitana – UMET
- Universidad del Pacifico
- Universidad San Francisco de Quito – USFQ
- Universidad Tecnológica Israel – UISRAEL

Particulares que reciben rentas y asignaciones del Estado

- Pontificia Universidad Católica del Ecuador – PUCE
- Universidad Politécnica Salesiana – UPS
- Universidad Tecnológica Equinoccial – UTE

(Fuente. Senacyt Anexo)

2.4.2. Asignaciones y rentas del Estado para universidades y escuelas politécnicas particulares

Las universidades y escuelas politécnicas particulares que a la entrada de vigencia de la Constitución de la República del Ecuador reciban asignaciones y rentas del Estado, podrán continuar percibiéndolas en el futuro. Están obligadas a destinar dichos recursos al otorgamiento de becas de escolaridad e investigación a estudiantes matriculados en programas académicos de cualquier nivel, que por su origen socio económico, etnia, género, discapacidad o lugar de residencia, entre otros, tengan dificultad para acceder. Mantenerse y terminar exitosamente su formación, desde el inicio de la carrera: así como también, becas de docencia e investigación para la obtención del título de cuarto nivel. (LOES, Ecuador, 2010, art. 30)

2.4.3. Plan Nacional del Buen Vivir

“Es un instrumento creado para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública. El Plan cuenta con 12 Estrategias Nacionales; 12 Objetivos Nacionales, cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio que los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianos con el país que anhelamos para el Buen Vivir” (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

2.4.4. Distrito Metropolitano de Quito

“El Distrito Metropolitano de Quito se encuentra dividido de acuerdo por administración zonal, las cuales se presentan a continuación:

Administraciones Zonales

- Calderón
- Eloy Alfaro
- Eugenio Espejo
- Los Chillos
- La Delicia
- Manuela Sáenz
- Quitumbe
- Tumbaco
- Turística La Mariscal” (Alcaldía, s.f.)

2.4.5. Sistema de Acreditación Superior

El presente Gobierno “busca asegurar la calidad de las Instituciones de Educación Superior, sus programas y carreras, para lo cual realizan procesos continuos de evaluación y acreditación que evidencien el cumplimiento de las misiones, fines y objetivos de las mismas” (CEAACES, 2015, p. 1).

Dicha evaluación proporciona una noción sobre las Universidades que han cumplido con lo mencionado anteriormente, lo cual se ve reflejado en la Categorización de Universidades y Escuelas Politécnicas, dicha evaluación inicio en septiembre del 2015.

Como resultado del proceso las siguientes instituciones fueron acreditadas, en tres categorías:

Categoría A

- Escuela Politécnica Nacional
- Escuela Superior Politécnica del Litoral
- Universidad San Francisco de Quito
- Universidad de Cuenca
- Universidad de las Fuerzas Armadas “ESPE”
- Universidad de Especialidades Espíritu Santo
- Universidades de Posgrado
- Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales
- Universidad Andina Simón Bolívar

Categoría B

- Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador
- Universidad Casa Grande
- Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
- Universidad Central del Ecuador
- Universidad del Azuay
- Universidad Estatal de Milagro

- Universidad Nacional de Loja
- Universidad Particular Internacional SEK
- Universidad Politécnica Salesiana
- Universidad Técnica de Ambato
- Universidad Técnica del Norte
- Universidad Técnica Estatal de Quevedo
- Universidad Técnica Particular de Loja
- Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil
- Universidad Tecnológica Equinoccial
- Universidad Tecnológica Indoamérica
- Universidad de los Hemisferios
- Universidad Estatal Amazónica
- Universidad Politécnica del Carchi
- Universidad Iberoamericana
- Universidad Técnica de Manabí
- Universidad de las Américas
- Universidad Internacional del Ecuador
- Universidades de Posgrado
- Instituto de Altos Estudios Nacionales

Categoría C

- Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí
- Escuela de Especialidades Turísticas
- Universidad del Pacífico Escuela de Negocios
- Universidad Estatal de Bolívar
- Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
- Universidad Metropolitana
- Universidad Nacional del Chimborazo
- Universidad Regional Autónoma de los Andes
- Universidad Técnica de Babahoyo

- Universidad Tecnológica Israel
- Universidad Estatal Península de Santa Elena
- Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo
- Universidad Tecnológica ECOTEC
- Universidad Técnica de Cotopaxi (Institución en Situación de irregularidad académica)

Entre los criterios de evaluación adoptados por el CEAACES, expuestos en el documento Adaptación del Modelo de Evaluación Institucional de Universidades y Escuelas Politécnicas 2013 al Proceso de Evaluación, Acreditación y Recategorización de Universidades y Escuelas Politécnicas 2015, están: organización, academia, investigación, vinculación con la sociedad, recursos e infraestructura, no se ha tomado en cuenta la atención que presta el personal administrativo, de ahí el propósito de nuestra investigación.

En lo que corresponde a recursos e infraestructura que son también parte importante al momento de medir la satisfacción, el CEAACES se propone evaluar las características de la infraestructura física, de las tecnologías de la información y de los recursos bibliotecarios, con los que cuenta una institución sean adecuadas para garantizar el desarrollo de las actividades de la comunidad académica.

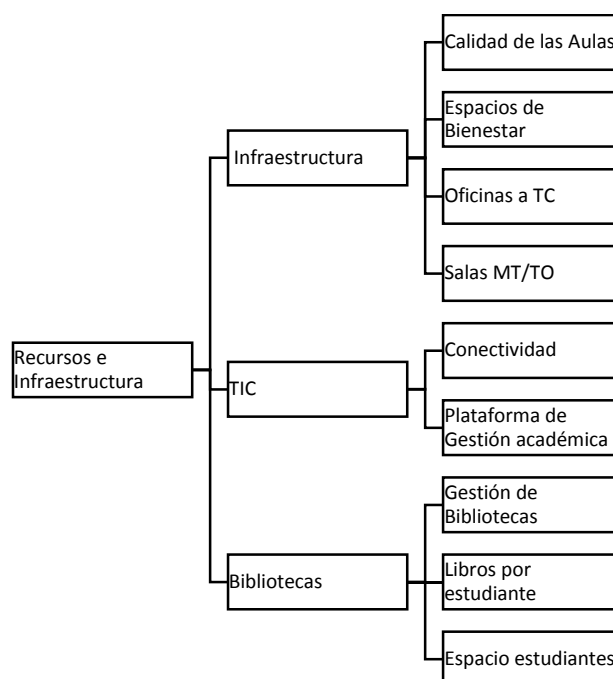


Figura 4 Criterio Recursos e Infraestructura

Fuente. Recuperado de "Adaptación del Modelo de Evaluación Institucional de Universidades y Escuelas Politécnicas 2013 al Proceso de Evaluación, Acreditación y Recategorización de Universidades y Escuelas Politécnicas 2015" por CEAACES, 2015, p. 33.

El Subcriterio Infraestructura evalúa características y acondicionamientos con los que la institución de educación superior cuenta en su infraestructura, especialmente en lo relacionado con el desarrollo de actividades docentes a nivel de aula, las facilidades de trabajo de los profesores, como las oficinas y salas de trabajo, y los espacios de desarrollo de los estudiantes. En relación al Subcriterio Tecnologías de la Información y la comunicación se considera el análisis de los sistemas, plataformas y herramientas tecnológicas con los que cuenta la institución para gestionar sus procesos, proveer información a los miembros de la comunidad universitaria y difundirla al interior y al exterior de la institución. Los indicadores son: Conectividad que evalúa la facilidad de acceso y la relación entre el ancho de banda de la conexión a internet; y Plataforma de gestión académica donde se espera que la institución de educación superior cuente con un sistema informático integrado y uniforme para todos los programas, carreras, escuelas y/o facultades que conforman su oferta académica. Por último el Subcriterio Biblioteca toma en cuenta elementos necesarios para que en las bibliotecas de la institución se garantice que la gestión, el material bibliográfico disponible y la estructura física instalada respondan a las necesidades académicas de la comunidad universitaria. (CEAACES, 2015, p. 37)

2.5. Análisis comparativo y crítico

Una vez analizada la Adaptación del Modelo de Evaluación Institucional de Universidades y Escuelas Politécnicas 2013 al Proceso de Evaluación, Acreditación y Recategorización de Universidades y Escuelas Politécnicas 2015 con el cual el CEAACES realiza su evaluación a las diferentes universidades, donde los resultados obtenidos permiten categorizar de acuerdo al grado de cumplimiento por parte de las mismas y con el cual se ha podido buscar la calidad educativa a nivel nacional, lo que se considera de vital importancia para el crecimiento nacional. Sin embargo en base a la teoría revisada y estudios anteriormente realizados, la calidad educativa no solo involucra el alto nivel académico de una institución sino también el grado de complacencia de los estudiantes, donde se debe considerar una serie de factores que influyen directamente en su comportamiento y se relacionan con otras áreas de la organización.

Dichos factores utilizados adecuadamente promueven a la mejora continua de la educación ya que cada uno de ellos colabora en mejorar la percepción de cada estudiante lo que da como resultado el bienestar de la comunidad universitaria en general. Pero para lograrlo es necesario enseñar a los servidores una cultura diferente donde su actitud sea la solución.

Gracias a que existen estudios realizados sobre este tema servirán de soporte en el desarrollo de esta investigación y de esta manera encontrar un instrumento que consiga el objetivo deseado.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Universo

“Se llama población, colectivo o universo, a un conjunto homogéneo y bien definido que es el objeto de estudio. Estará bien definido si dado un elemento cualquiera se pueda afirmar con certeza si este pertenece o no al colectivo a estudiar.” (García, Ramos y Ruiz, 2009, p.5)

3.1.1. Población objetivo

Para Malhotra (2008) la población objetivo es la recolección de elementos u objetos que poseen la información buscada por el investigador y acerca de la cual se deben realizar las deducciones. La población objetivo debe definirse en términos de elementos, unidades de muestreo, extensión y tiempo. Un elemento es el objeto acerca del cual se desea la información. En una investigación de encuesta, el elemento por lo general es el encuestado. Una unidad de muestreo es un elemento, o unidad que contiene el elemento, disponible para la selección en alguna etapa del proceso de muestreo. (p. 315-316)

En base a la literatura analizada, la Población objetivo para el presente proyecto se definió de la siguiente manera:

Elementos: Estudiantes de grado

Unidades de muestreo: Universidades privadas

Extensión: Distrito Metropolitano de Quito

Fecha: 2016

3.1.2. Muestra

“El tamaño de la muestra se refiere al número de elementos que se incluirán en el estudio” (Malhotra, 2004, p. 318)

La muestra estará compuesta de los estudiantes que pertenezcan a la modalidad de pregrado de las Universidades Privadas de Quito, a los cuales se les aplicará una encuesta que estará

enfocada en medir su satisfacción respecto a los servicios que recibe por parte de la administración.

Tabla 4
Estudiantes Matriculados en las Universidades Privadas de Quito

Universidad	Matriculados 2014	Proporción
Universidad Internacional del Ecuador	5.353	36
Universidad Metropolitana	2.012	14
Universidad Tecnológica Israel	1.379	9
Universidad Tecnológica Indoamérica	1.283	9
Universidad Particular Internacional SEK	1.154	8
Universidad de los Hemisferios	779	5
Universidad Iberoamericana del Ecuador	452	3
Universidad de Especialidades Turísticas	379	3
Universidad del Pacifico Escuela de Negocios	399	3
Universidad Tecnológica Equinoccial	16.928	114
Universidad Politécnica Salesiana	26.721	180
Total	56.839	382

Fuente. Senescyt Anexo

Para lo cual no se tomó en cuenta a la Universidad San Francisco de Quito, Pontificia Universidad Católica del Ecuador y la Universidad de las Américas, ya que las mismas no desean participar en la Investigación, por parte de la Universidad Católica se adjunta el correo donde menciona su deseo de no participar, las Universidades restantes se comunicaron por teléfono. Según la proporción realizada la universidad que debería tener más encuestas es la Universidad Politécnica Salesiana, pero en el trabajo de campo lastimosamente se obtuvo menos y de la que se obtiene mayor cantidad de encuestas es de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

Formula del cálculo de la muestra

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

Donde:

n=Tamaño de la muestra

Z=Intervalo de confianza

N=Población total

e=Coefficiente de error (5%)

p=Probabilidad de éxito

q=Probabilidad de fracaso

$$n = \frac{(1,96)^2(56839)(0,50)(0,50)}{(0,05)^2(56839 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{54\,588,1756}{143,0304}$$

$$n = 381,65 \approx 382$$

Tipo de Muestreo

Las técnicas de muestreo se pueden medir en dos tipos generales: muestreo probabilístico y muestreo determinismo. El muestreo probabilístico es un muestreo en el cual todos los elementos de la población tienen posibilidad de ser seleccionados. Se debe mencionar que no es necesario que la posibilidad sea igual, porque se puede especificar la posibilidad de seleccionar algunos elementos de la población y estimar la posibilidad de que un elemento de la población sea seleccionado. Todas las técnicas muestrales deterministas están basadas en el juicio personal del investigador. En efecto, es posible que estos juicios personales sean una buena estimación de las características de la población, pero los modelos determinísticos de muestreo no permiten evaluar su grado de exactitud. (Namakforosh, 2005, p. 189)

De acuerdo a la literatura expuesta anteriormente y a lo revisado en el Capítulo I, en esta investigación se utilizará la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple ya que la población tiene la misma posibilidad de selección.

3.2. Instrumento de recopilación de datos

3.2.1. Encuesta

Según Malhotra (2004) "el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica" (p. 168).

Para el diseño del cuestionario se aplicó la metodología utilizada en el modelo SERVPERF, el cual considera las cinco dimensiones analizadas en el modelo SERVQUAL, que son: los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía. Estas dimensiones son la base del desarrollo del cuestionario el cual emplea 24 preguntas distribuidas en las 5 dimensiones mencionadas anteriormente, además de 2 preguntas de sugerencias.

Escalas para medir actitudes

"Una actitud es una predisposición aprendida para responder coherentemente de una manera favorable o desfavorable ante un objeto, ser vivo, actividad, concepto, persona o sus símbolos" (Fishbein y Ajzen, 1975; Haddock y Maio, 2007; y Oskamp y Schultz, 2009).

"Los métodos más conocidos para medir por escalas las variables que constituyen actitudes son: el método de escalamiento de Likert, el diferencial semántico y la escala de Guttman" (Hernández, Fernández y Baptista, 2010a, p. 145). Para uso de este estudio se considera el método de escalamiento de Likert, el cuál fue desarrollado por Rensis Likert en 1932.

"Hodge y Gillespie (2003) desarrollaron una derivación del escalamiento clásico de Likert, que tiene por nombre *método de completar frases*, en el cual se incluyen frases incompletas respecto al objeto de actitud y a estas se les agrega un continuo que sirve como base para respuestas claves" (Hernández, Fernández y Baptista, 2010b, p. 254).

En este cuestionario el encuestado asigna un peso del 1 al 5 si se encuentra satisfecho o no con el servicio, es decir desde muy insatisfecho hasta muy satisfecho, como se muestra a continuación.

Muy insatisfecho

Muy satisfecho

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Tabla 5
Matriz del planteamiento del cuestionario

Objetivo específico	Instrumento	Variable genérica	Variable específica	Escala	Pregunta	Opciones de respuesta
Determinar las características de los estudiantes que pertenecen a estas Universidades.	Encuesta	Características	Universidad	Razón	Universidad a la que pertenece	Pregunta abierta
			Carrera	Razón	Carrera	Pregunta abierta
			Situación	Nominal	Situación universitaria	Estudiante, egresado y graduado
			Edad	Nominal	Edad	Menos de 20 años, de 20 a 24 años, de 25 a 29 años, 30 años y más
			Genero	Nominal	Genero	Masculino, Femenino
Medir la satisfacción de los alumnos por las condiciones por la apariencia de las instalaciones y correcto funcionamiento de las mismas.	Encuesta	Infraestructura	Limpieza	Nominal	Limpieza de las instalaciones (edificios, laboratorios, baños áreas deportivas, salones de clase, auditorios, entre otros).	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
		Tangibilidad	Instalaciones	Nominal	Adecuación de las instalaciones (edificios, laboratorios, baños, áreas deportivas, salones de clase, auditorios, entre otros).	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Equipos	Nominal	Equipos tecnológicos actualizados.	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Medios de Información	Nominal	Apariencia y funcionamiento de los medios de información (plataforma virtual, página web, y redes sociales).	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)

Objetivo específico	Instrumento	Variable genérica	Variable específica	Escala	Pregunta	Opciones de respuesta
Medir la satisfacción de los alumnos con relación a los servicios estudiantiles y su funcionamiento.	Encuesta	Tangibilidad	Seguridad	Nominal	Seguridad de las instalaciones	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Estacionamientos	Nominal	Disponibilidad de estacionamientos	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Internet	Nominal	Acceso a internet	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Atención medica	Nominal	Servicio médico	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Fotocopias	Nominal	Servicio de fotocopiado	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Bibliotecarios	Nominal	Servicios bibliotecarios (dotación y actualización de libros tanto físicos como virtuales)	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
Medir la satisfacción de los alumnos en base a la atención proporcionada por autoridades y demás personal de la institución, así como los servicios que prestan y sus aptitudes.	Encuesta	Fiabilidad	Personal Administrativo	Nominal	Atención por parte del personal administrativo y de apoyo	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Autoridades	Nominal	Atención por parte de las autoridades	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Trámites	Nominal	Gestión de tramites institucionales	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Servicio oportuno	Nominal	El personal administrativo presta el servicio sin errores y a la primera	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)

Objetivo específico	Instrumento	Variable genérica	Variable específica	Escala	Pregunta	Opciones de respuesta
Medir la satisfacción de los alumnos en base a la atención proporcionada por autoridades y demás personal de la institución, así como los servicios que prestan y sus aptitudes.	Encuesta	Fiabilidad	Información oportuna	Nominal	La información proporcionada es oportuna y confiable	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
		Capacidad de respuesta	Rapidez	Nominal	Sus peticiones se realizan rápidamente	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
				Nominal	Rapidez con que sus quejas y reclamos son atendidas.	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Solicitudes documentales	Nominal	La atención del personal tanto administrativo como por parte de las autoridades en relación a solicitudes documentales e inscripción que debe pasar por diferentes áreas son trámites que se realizan de forma eficaz y en un tiempo justo.	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
		Seguridad	Respeto	Nominal	El personal de la institución muestra respeto, educación y amabilidad a la hora de atenderlo	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Capacitación	Nominal	Usted considera que el personal de la institución está capacitado para desempeñar sus funciones	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
		Empatía	Horario	Nominal	Considera que el horario de atención está acorde a sus necesidades	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Personal suficiente	Nominal	Usted siente que las personas encargadas a la atención de sus necesidades son las suficientes	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)

Objetivo específico	Instrumento	Variable genérica	Variable específica	Escala	Pregunta	Opciones de respuesta
Medir la satisfacción de los alumnos en base a la atención proporcionada por autoridades y demás personal de la institución, así como los servicios que prestan y sus aptitudes.	Encuesta	Empatía	Comunicación	Nominal	La forma en que se transmite la información es clara y por los medios adecuados.	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
			Responsables	Nominal	Usted puede identificar fácilmente al personal responsable del servicio que requiere	1 (Muy insatisfecho),2,3,4,5(Muy satisfecho)
Determinar cuáles son los atributos más importantes con los que debe contar una institución, así como los servicios de los que carece y pueden llegar a ser fundamentales para mejorar su oferta.	Encuesta	Sugerencias	Atributos críticos	Razón	Mencione tres de los aspectos detallados anteriormente que usted considere son los más importantes.	Pregunta abierta
			Recomendaciones	Nominal	Basándose en su experiencia, ¿Considera usted que existe algún aspecto que no se ha detallado en esta encuesta al que se le debería prestar mayor atención o debería ser implantado por parte de la institución?	Si, No
				Razón	Si su respuesta es sí, por favor señale lo que se debería implantar o mejorar	Pregunta abierta

Cuestionario

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN

Estimado/a Estudiante

Este cuestionario forma parte de una investigación que tiene con finalidad valorar si los estudiantes de las universidades privadas de la ciudad de Quito están satisfechos con los servicios administrativos que reciben en su institución. La información tendrá carácter anónimo y será de gran utilidad para el desarrollo de esta investigación. Por ello se necesita que responda a todos y cada uno de los puntos.

DATOS PERSONALES

Universidad a la que pertenece:

Carrera:

Edad:

Menos de 20 años

De 20 a 24 años

De 25 a 29 años

30 años y más

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Su situación universitaria es :

Estudiante

Egresado

Graduado

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Género:

Masculino

Femenino

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Instrucción: Seleccione con una "x" la opción que mejor recoge su valoración, donde 1 es "Muy insatisfecho" y 5 "Muy satisfecho"

Tangibilidad: Apariencia de las instalaciones físicas, funcionamiento de los equipos tecnológicos y demás servicios complementarios.

1. Limpieza de las instalaciones (edificios, laboratorios, baños, áreas deportivas, salones de clase, auditorios, entre otros).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Adecuación de las instalaciones (edificios, laboratorios, baños, áreas deportivas, salones de clase, auditorios, entre otros).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. Equipos tecnológicos actualizados.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. Apariencia y funcionamiento de los medios de información (plataforma virtual, página web, y redes sociales).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5. Seguridad de las instalaciones.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. Disponibilidad de estacionamientos.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

7. Acceso a internet

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

8. Servicio médico

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

9. Servicio de fotocopiado

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

10. Servicios bibliotecarios (dotación y actualización de libros tanto físicos como virtuales).

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Fiabilidad: Capacidad para prestar el servicio con amabilidad.

11. Atención por parte del personal administración y de apoyo.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

12. Atención por parte de las autoridades.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

13. Gestión de trámites institucionales

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

14. El personal administrativo presta el servicio sin errores y a la primera.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

15. La información proporcionada es oportuna y confiable.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Capacidad de respuesta: Disposición del personal administrativo para proporcionar un servicio oportuno.

16. Sus peticiones se realizan rápidamente.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

17. Rapidez con que sus quejas y reclamos son atendidas.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

18. La atención del personal tanto administrativo como por parte de las autoridades en relación a solicitudes documentales e inscripción que debe pasar por diferentes áreas son trámites que se realizan de forma eficaz y en un tiempo justo.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Seguridad: Conocimientos y atención mostrados por personal universitario y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

19. El personal de la institución muestra respeto, educación y amabilidad a la hora de atenderlo.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

20. Usted considera que el personal de la institución está capacitado para desempeñar sus funciones.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Empatía: Atención individualizada ofrecida a los estudiantes.

21. Considera que el horario de atención está acorde a sus necesidades.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

22. Usted siente que las personas encargadas a la atención de sus necesidades son las suficientes.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

23. La forma en que se transmite la información es clara y por los medios adecuados.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

24. Usted puede identificar fácilmente al personal responsable del servicio que requiere.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sugerencias

25. Mencione tres de los aspectos detallados anteriormente que usted considere son los más importantes.

1.
2.
3.

26. Basándose en su experiencia, ¿Considera usted que existe un aspecto que no se ha detallado en esta encuesta al que se le debería prestar mayor atención o debería ser implantado por parte de la institución?

Si No

Si su respuesta es "sí", por favor señale lo que se debería implementar o mejorar.

3.3. Recopilación los datos

3.3.1. Trabajo de campo

La aplicación del cuestionario se realizará en los campus de las distintas universidades objeto de la investigación y por correo electrónico.

Calendario

Se estima que la aplicación de las encuestas tomará alrededor de una semana por la distancia entre una institución a otra y debido a que también se debe realizar por correo electrónico, por lo cual se hará del 09 de enero al 13 de octubre del año en curso.

Manual del encuestador

Instructivo de encuesta

El presente instructivo tiene como objetivo detallar el procedimiento de llenado de las encuestas para lo cual se debe seguir al pie de la letra los planteamientos aquí descritos para el correcto análisis de datos.

Del llenado

El encuestador entregará el documento al encuestado para que este lo llene personalmente con esferográfico. Además el encuestador debe asesorar al encuestado en el llenado del documento para lo cual siempre debe estar con junto a la persona que va a ser investigada.

Se contará con un supervisor y un trabajador de campo. Mi persona Diana Campoverde tomará el cargo de supervisor y encuestador, con el objetivo de proporcionar la información necesaria a los encuestadores. Cada encuestador acude a diferentes universidades diariamente.

Los requisitos que deben cumplir los encuestadores son:

- Ser sociables y pacientes. Debido a la naturaleza de la investigación los encuestadores deberán estar en contacto permanente con desconocidos y brindarles apoyo en todo el proceso.
- Estar preparados. Deben demostrar conocimiento del tema, así como seguridad a la hora de comunicarlo.

Funciones de los encuestadores

- Encontrarse todos los días puntualmente en los lugares asignados para el levantamiento de información.
- Comunicar el motivo de la encuesta de manera cordial.
- Percatarse que el encuestado conteste todas las preguntas del cuestionario.
- Entregar al final del día al supervisor tanto las encuestas que fueron contestadas como las que no, para control del proceso.

Funciones del supervisor

- Proporcionar a los trabajadores de campo toda la información que se requiera para la correcta aplicación de las encuestas.
- Entregar a los encuestadores el material para realizar apropiadamente el trabajo de campo.
- Verificar que se haya implantado de manera correcta el proceso de recolección de información.
- Evitar y controlar fraudes por parte de los entrevistadores en respuestas como en el cuestionario completo.
- Recepción y transcripción de los cuestionarios. El ingreso de datos se realizará al software estadístico SPSS.

Materiales del Encuestador

El encuestador contará con los siguientes materiales:

- Cuestionario
- Útiles de Oficina

3.4. Planificación del procesamiento de la información

3.4.1. Revisión

Después de la aplicación del cuestionario se realiza una revisión con el propósito de detectar incongruencias en las respuestas. Debido a que no es viable devolver el cuestionario al campo, en el caso de encontrar respuestas insatisfactorias se descartara a los encuestados de este tipo.

Transcripción

La información es ingresada en el Software SPSS 22.0 para Windows.

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Pérdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1 UNIVERSIDAD	Numérico	8	0	Universidad a la...	(0, No conte...	Ninguna	26	Derecha	Nominal	Entrada
2 CARRERA	Cadena	200	0	Carrera	(0, No conte...	Ninguna	29	Izquierda	Nominal	Entrada
3 EDAD	Numérico	8	0	Edad	(0, No conte...	Ninguna	16	Derecha	Nominal	Entrada
4 SITUACIÓN_UNIVER...	Numérico	11	0	Su situación un...	(0, No conte...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
5 GÉNERO	Numérico	8	0	Género	(1, Masculin...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
6 PREGUNTA1	Numérico	8	0	Limpieza de las...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
7 PREGUNTA2	Numérico	8	0	Adecuación de...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
8 PREGUNTA3	Numérico	8	0	Equipos tecnol...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
9 PREGUNTA4	Numérico	8	0	Apaciencia y fu...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
10 PREGUNTA5	Numérico	8	0	Seguridad de la...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
11 PREGUNTA6	Numérico	8	0	Disponibilidad d...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
12 PREGUNTA7	Numérico	8	0	Acceso al inter...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
13 PREGUNTA8	Numérico	8	0	Servicio médico	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
14 PREGUNTA9	Numérico	8	0	Servicio de foto...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
15 PREGUNTA10	Numérico	8	0	Servicios bibliot...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
16 PREGUNTA11	Numérico	8	0	Atención por pa...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
17 PREGUNTA12	Numérico	8	0	Atención por pa...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
18 PREGUNTA13	Numérico	8	0	Gestión de trá...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
19 PREGUNTA14	Numérico	8	0	El personal ad...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
20 PREGUNTA15	Numérico	8	0	La información...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
21 PREGUNTA16	Numérico	8	0	Sus peticiones...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
22 PREGUNTA17	Numérico	8	0	Rapidez con qu...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
23 PREGUNTA18	Numérico	8	0	La atención del...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
24 PREGUNTA19	Numérico	8	0	El personal de l...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
25 PREGUNTA20	Numérico	8	0	El personal de l...	Ninguna	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada

Figura 5 Variables SPSS

Fuente. SPSS 22.0 para Windows, Autor de la Investigación

	UNIVERSIDAD	CARRERA	EDAD	SITUACIÓN_UNIVERSITARIA	GÉNERO	PREGUNTA1	PREGUNTA2	PREGUNTA3	PREGUNTA4	PREGUNTA5	PREGUNTA6
1	Universidad del Pacifico	Talento Humano	De 20 a 24 años	Estudiante	Masculino	3	3	3	4	5	5
2	Universidad del Pacifico	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	De 20 a 24 años	Estudiante	Femenino	3	3	4	3	3	3
3	Universidad del Pacifico	Comercio Mención Administración de Empr...	De 20 a 24 años	Estudiante	Femenino	4	3	3	4	4	4
4	Universidad del Pacifico	Comercio Mención en Marketing y Ventas	De 20 a 24 años	Estudiante	Femenino	3	3	4	4	3	3
5	Universidad del Pacifico	Comercio Mención en Marketing y Ventas	De 20 a 24 años	Estudiante	Masculino	3	4	4	3	4	4
6	Universidad del Pacifico	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	De 25 a 29 años	Estudiante	Femenino	3	3	3	3	4	4
7	Universidad del Pacifico	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	De 20 a 24 años	Estudiante	Femenino	3	4	4	4	4	4
8	Universidad del Pacifico	Comercio Mención en Marketing y Ventas	De 20 a 24 años	Estudiante	Femenino	4	5	5	4	4	4
9	Universidad del Pacifico	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	De 20 a 24 años	Estudiante	Masculino	2	3	3	3	3	3
10	Universidad del Pacifico	Comercio Exterior y Negocios Internacionales	De 20 a 24 años	Estudiante	Masculino	4	3	2	3	3	3
11	Universidad Internacional SEK	Ingeniería en Automotriz	De 20 a 24 años	Estudiante	Femenino	5	4	5	4	4	4
12	Universidad Internacional SEK	Derecho	Menos de 20 años	Estudiante	Femenino	5	5	5	4	4	4
13	Universidad Internacional SEK	Arquitectura	De 20 a 24 años	Estudiante	Femenino	5	4	5	4	5	5
14	Universidad Internacional SEK	Seguridad y Salud Ocupacional	De 20 a 24 años	Estudiante	Femenino	5	5	4	5	5	5
15	Universidad Internacional SEK	Psicología	De 20 a 24 años	Estudiante	Femenino	5	5	5	5	5	5
16	Universidad Internacional SEK	Arquitectura	De 20 a 24 años	Estudiante	Masculino	3	3	4	3	3	3
17	Universidad Internacional SEK	Psicología	Menos de 20 años	Estudiante	Femenino	5	5	4	5	4	4
18	Universidad Internacional SEK	Arquitectura	De 20 a 24 años	Estudiante	Femenino	5	5	5	5	5	5
19	Universidad Metropolitana	Diseño Gráfico	30 años y más	Graduado	Femenino	2	3	3	4	5	5
20	Universidad Metropolitana	Diseño Gráfico	De 20 a 24 años	Estudiante	Femenino	4	4	4	4	3	3
21	Universidad Metropolitana	Gestión Empresarial	De 25 a 29 años	Estudiante	Femenino	3	3	3	3	2	2

Figura 6 Introducción de datos en SPSS

Fuente. SPSS 22.0 para Windows, Autor de la Investigación

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El instrumento fue sometido a pruebas de fiabilidad. La Tabla 11 presenta el resultado correspondiente al coeficiente alfa de Cronbach con el objetivo de medir la fiabilidad del instrumento obteniendo un valor de 0,93.

Tabla 6
Coeficiente alfa de Cronbach

estadísticas de fiabilidad			
Dimensiones	Alfa de Cronbach	N de elementos	Alfa de Cronbach Cuestionario
Tangibilidad	0,854	10	0,937
Fiabilidad	0,826	5	
Capacidad de respuesta	0,768	3	
Seguridad	0,65	2	
Empatía	0,809	4	

Fuente. SPSS 22.0 para Windows

El análisis del alfa de Cronbach, “se trata de un índice que toma valores entre 0 a 1, que sirve para comprobar, por un lado si el instrumento que se está evaluando recopila información defectuosa, lo cual llevaría a conclusiones equivocadas; y, por otro, si se trata de un instrumento confiable que hace mediciones estables y consistentes” (Santesmases 2009, citado por Ibarra, Casas y Barraza, 2013, p.40).

Su interpretación será que cuanto más se acerque al índice 1 mayor será la confiabilidad del instrumento, considerado aceptable desde 0,70 (Ibarra, 2014, p.240). En ese sentido el valor de 0,937 significa que el instrumento es aceptable, y por ende confiable.

4.1. Procesamiento de datos

4.1.1. Datos personales

Universidad a la que pertenece

Tabla 7
Universidad

	Frecuencia	Porcentaje Valido
Universidad Tecnológica Equinoccial-UTE	157	26,9
Universidad Politécnica Salesiana-UPS	130	22,3
Universidad del Pacifico	31	5,3
Universidad Iberoamericana del Ecuador-UNIBE	32	5,5
Universidad de los Hemisferios	30	5,1
Universidad Indoamérica	34	5,8
Universidad Internacional del Ecuador- UIDE	37	6,3
Universidad Internacional SEK	34	5,8
Universidad Israel	32	5,5
Universidad Metropolitana	37	6,3
Universidad de Especialidades Turísticas	30	5,1
Total	584	100

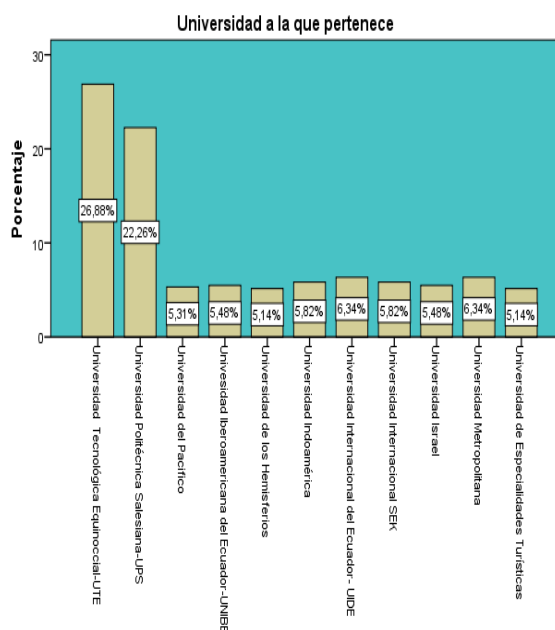


Figura 7 Universidad

Análisis: Del total de estudiantes encuestados el 26,9% pertenecen a la UTE, el 22,3% pertenecen a la UPS, el porcentaje restante se encuentra dividido entre la Universidad Internacional del Ecuador, Universidad Metropolitana, Universidad Indoamérica, Universidad Iberoamericana del Ecuador, Universidad Israel, Universidad del Pacifico, Universidad de los Hemisferios y la Universidad de Especialidades.

Carrera

Tabla 8
Carrera

Carrera	Frecuencia	Porcentaje
No contesta	2	,3
Administración de Empresas	44	7,5
Administración de Empresas Comercializadoras de Turismo	2	,3
Administración de Empresas Hoteleras	1	,2
Administración de Empresas Turísticas y Conservación Ambiental	22	3,8
Administración Hotelera	4	,7
Arquitectura	24	4,1
Arquitectura Interior	9	1,5
Biodiversidad	2	,3
Biotecnología	5	,9
Ciencias Jurídicas	3	,5
Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales	1	,2
Comercio	2	,3
Comercio Exterior y Negocios Internacionales	9	1,5
Comercio Exterior, Integración y Aduanas	6	1,0
Comercio Mención Administración de Empresas	2	,3
Comercio Mención en Marketing y Ventas	14	2,4
Computación	11	1,9
Comunicación	6	1,0
Comunicación Organizacional y RRPP	2	,3
Comunicación Social	41	7,0
Contabilidad y Auditoría	56	9,6
Cosmiatría, Terapias Holísticas e Imagen Integral	2	,3
Derecho	18	3,1

Carrera	Frecuencia	Porcentaje
Diseño de Modas	8	1,4
Diseño Digital y Multimedia	6	1,0
Diseño Gráfico	27	4,6
Educación Básica	4	,7
Educación Inicial	8	1,4
Electricidad	2	,3
Electrónica y Automatización	3	,5
Finanzas y Auditoría, CPA	5	,9
Gastronomía	32	5,5
Gerencia y Liderazgo	5	,9
Gestión Empresarial	8	1,4
Gestión Publicitaria y Marketing	4	,7
Gestión Turística y Medio Ambiente	1	,2
Guía de Turismo Nacional	7	1,2
Hospitalidad y Hotelería	4	,7
Ingeniería Ambiental	2	,3
Ingeniería Ambiental y Manejo de Riesgos Naturales	1	,2
Ingeniería Civil	1	,2
Ingeniería de Alimentos	4	,7
Ingeniería de Software	2	,3
Ingeniería en Automotriz	1	,2
Ingeniería en Sistemas de Información	1	,2
Ingeniería Industrial	7	1,2
Marketing	22	3,8
Mecánica	6	1,0
Mecatrónica	16	2,7
Medicina	10	1,7
Música	2	,3
Negocios Internacionales	8	1,4
Nutrición	4	,7
Odontología	1	,2
Odontología	6	1,0
Periodismo	7	1,2
Producción para Medios de Comunicación	12	2,1
Psicología	9	1,5
Psicopedagogía	7	1,2
Publicidad y Gestión	7	1,2

Carrera	Frecuencia	Porcentaje
Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional	4	,7
Seguridad y Salud Ocupacional	2	,3
Sistemas de Información	9	1,5
Talento Humano	6	1,0
Talento Infantil	1	,2
Técnicas Audiovisuales	2	,3
Telecomunicaciones	4	,7
Turismo	8	1,4
Total	584	100,0

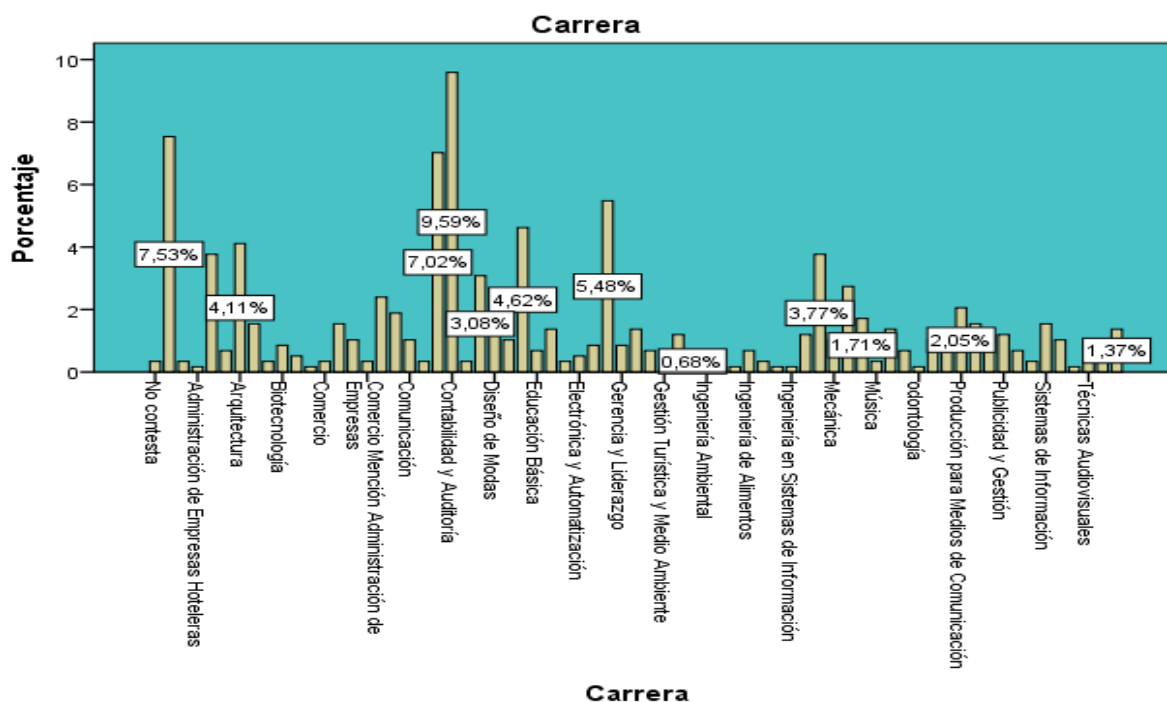


Figura 8 Carrera

Análisis: Del total de encuestados se concluye que las carreras con más número de estudiantes matriculados en estas universidades son: administración de empresas, arquitectura, comunicación social, contabilidad y auditoría, diseño gráfico, gastronomía y marketing.

Edad

Tabla 9
Edad

Rangos de edad	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 20 años	82	14,0
De 20 a 24 años	380	65,1
De 25 a 29 años	108	18,5
30 años y más	14	2,4
Total	584	100,0

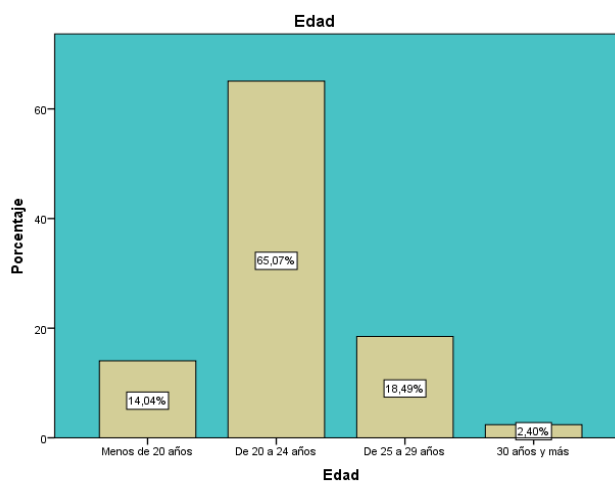


Figura 9 Edad

Análisis: Las edades con mayores índices de respuesta están comprendidas entre los 20 a 24 años con el 65,1%, seguido del 18,5% con edades comprendidas entre los 25 a 29 años.

Situación universitaria

Tabla 10
Situación universitaria

	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	553	94,7
Egresado	16	2,7
Graduado	15	2,6
Total	584	100,0

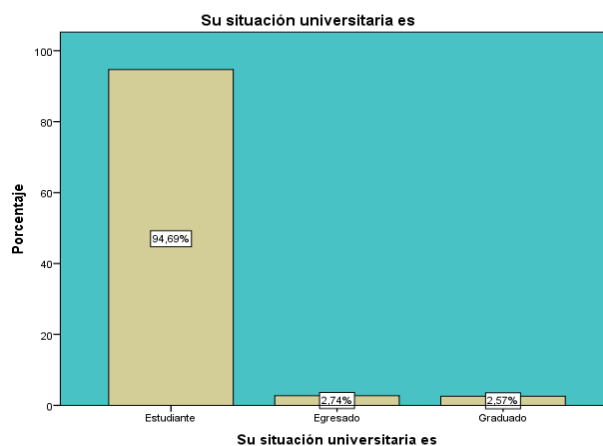


Figura 10 Situación universitaria

Análisis: En las universidades encuestadas se aprecia un índice mayor de respuesta de estudiantes con un 94,7%, mientras que los egresados y graduados tienen un porcentaje de 2,7% y 2,6% respectivamente, esto se debe a que la encuesta fue realizada en las instalaciones de las universidades y en las mismas se encontraban presentes tanto estudiantes, como egresados y graduados.

Género

Tabla 11
Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	287	49,1
Femenino	297	50,9
Total	584	100,0

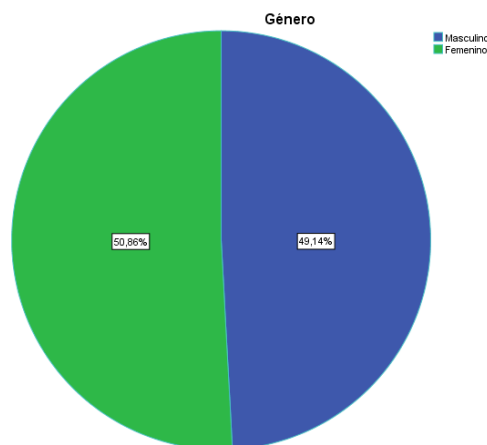


Figura 11 Género

Análisis: De las universidades encuestadas se puede apreciar que existe mayor incidencia femenina con un 50,9%, mientras que el género masculino se encuentra con un 49,1%.

4.1.2. Satisfacción de los estudiantes

Se solicitó a los estudiantes que seleccionaran la opción que mejor describe su percepción de los servicios detallados en el cuestionario, donde se asigna el número 5 para muy satisfecho, hasta el uno, que es muy insatisfecho.

Para el análisis de cada dimensión y sus preguntas se considera la siguiente escala:

Tabla 12
Escala de medición

De	Hasta	Calificación
1	1,99	Muy insatisfecho
2	2,99	Insatisfecho
3	3,99	Aceptable (Ni satisfecho Ni insatisfecho)
4	4,99	Satisfecho
5		Muy Satisfecho

El nombre de cada universidad será reemplazado por con letras del abecedario, por motivos de privacidad.

4.1.2.1. Resumen de dimensiones

Tabla 13
Dimensión de tangibilidad

DIMENSIÓN DE TANGIBILIDAD	Mínimo	Máximo	Media
Limpieza de las instalaciones	1	5	3,65
Adecuación de las instalaciones	1	5	3,51
Equipos tecnológicos	1	5	3,46
Apariencia y funcionamiento de los medios de información	1	5	3,65
Seguridad de las instalaciones	1	5	3,43
Disponibilidad de estacionamientos	1	5	3,15
Acceso al internet	1	5	4,46
Servicio médico	1	5	3,53
Servicio de fotocopiado	1	5	3,53
Servicio bibliotecarios	1	5	3,64
TOTAL			3,60

Tabla 14
Dimensión de fiabilidad

DIMENSIÓN DE FIABILIDAD	Mínimo	Máximo	Media
Atención por parte del personal administrativo y de apoyo	1	5	3,45
Atención por parte de las autoridades	1	5	3,45
Gestión de trámites institucionales	1	5	3,37
El personal administrativo presta el servicio sin errores y a la primera	1	5	3,54
La información proporcionada es oportuna y confiable	1	5	3,49
TOTAL			3,46

Tabla 15
Capacidad de respuesta

DIMENSIÓN DE CAPACIDAD DE RESPUESTA	Mínimo	Máximo	Media
Sus peticiones se realizan rápidamente	1	5	3,52
Rapidez con que sus quejas y reclamos son atendidas	1	5	3,31
La atención del personal tanto administrativo como por parte de las autoridades en relación a solicitudes documentales e inscripción que debe pasar por diferentes áreas son trámites que se realizan de forma eficaz y en un tiempo justo.	1	5	3,51
TOTAL			3,45

Tabla 16
Seguridad

DIMENSIÓN DE SEGURIDAD	Mínimo	Máximo	Media
El personal de la institución muestra respeto, educación y amabilidad a la hora de atenderlo	1	5	3,62
Usted considera que el personal está capacitado para desempeñar sus funciones	1	5	3,34
TOTAL			3,48

Tabla 17
Empatía

DIMENSIÓN DE EMPATÍA	Mínimo	Máximo	Media
Considera que el horario de atención está acorde a sus necesidades	1	5	3,64
Usted siente que las personas encargadas a la atención de sus necesidades son las suficientes	1	5	3,54
La forma en que se transmite la información es clara y por los medios adecuados	1	5	3,61
Usted puede identificar fácilmente al personal responsable del servicio que requiere	1	5	3,66
TOTAL			3,61

La información recogida en el estudio, acerca de los factores las dimensiones analizadas, revela que los estudiantes evalúan los servicios que han recibido como aceptables, puesto que se encuentran entre 3,45 y 3,61 y con un promedio general de 3,52, de acuerdo a la escala de medición presentada la calificación se encuentra en ni satisfecho ni insatisfecho.

Puede apreciarse que la dimensión de empatía tiene la mejor puntuación con un promedio de 3,61, en segundo lugar se encuentra la dimensión de tangibilidad con una media de 3,60, en tercer y cuarto lugar las dimensiones de seguridad y fiabilidad con un promedio de 3,48 y 3,45 respectivamente y por ultimo con la puntuación más baja la dimensión de capacidad de respuesta. Lo que muestra que se debe mejorar la prestación de estos servicios.

4.1.2.2. Análisis de resultados

Limpeza de las instalaciones

Tabla 18
Limpeza de las instalaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	13	2,2	2,2	2,2
2	36	6,2	6,2	8,4
3	218	37,3	37,3	45,7
4	191	32,7	32,7	78,4
5	126	21,6	21,6	100,0
Total	584	100,0	100,0	

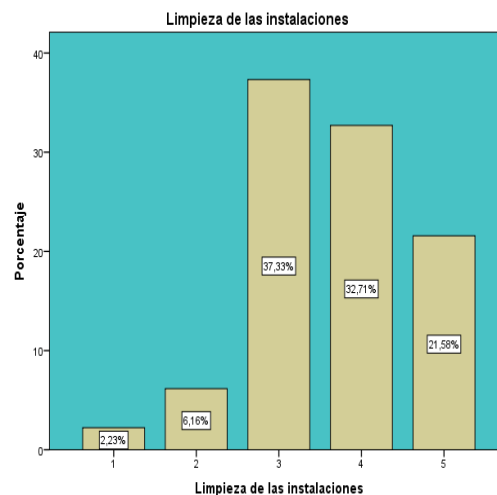


Figura 12 Limpieza de las instalaciones

Análisis: Entre los encuestados, se observa una satisfacción del 54,3%, con lo relacionado a la limpieza de las instalaciones que incluye los edificios, laboratorios, salones de clase, baños, áreas deportivas y de recreación, auditorios, entre otros. Se considera que con un 32,7% los estudiantes califican de aceptable este servicio.

Tabla 19
Tabla cruzada limpieza de las instalaciones

	Limpieza de las instalaciones					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	3	8	67	42	37	157
Universidad B	3	13	31	48	35	130
Universidad C	0	2	12	14	3	31
Universidad D	1	3	9	16	3	32
Universidad E	0	2	11	9	8	30
Universidad F	1	1	22	7	3	34
Universidad G	0	1	18	7	11	37
Universidad H	0	2	8	11	13	34
Universidad I	2	1	16	10	3	32
Universidad J	2	2	11	15	7	37
Universidad K	1	1	13	12	3	30
	13	36	218	191	126	584

Adecuación de las instalaciones

Tabla 20
Adecuación de las instalaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	8	1,4	1,4	1,4
	2	57	9,8	9,8	11,1
	3	243	41,6	41,7	52,8
	4	179	30,7	30,7	83,5
	5	96	16,4	16,5	100,0
	Total	583	99,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,2		
Total		584	100,0		

Análisis: Del total de encuestados se concluye que el 47,4% se encuentra satisfecho con la adecuación de las instalaciones donde se encuentran los edificios, laboratorios, baños, áreas deportivas, salones de clase, auditorios, entre otros y se considera que el 41,7% de los estudiantes sienten las instalaciones son aceptables.

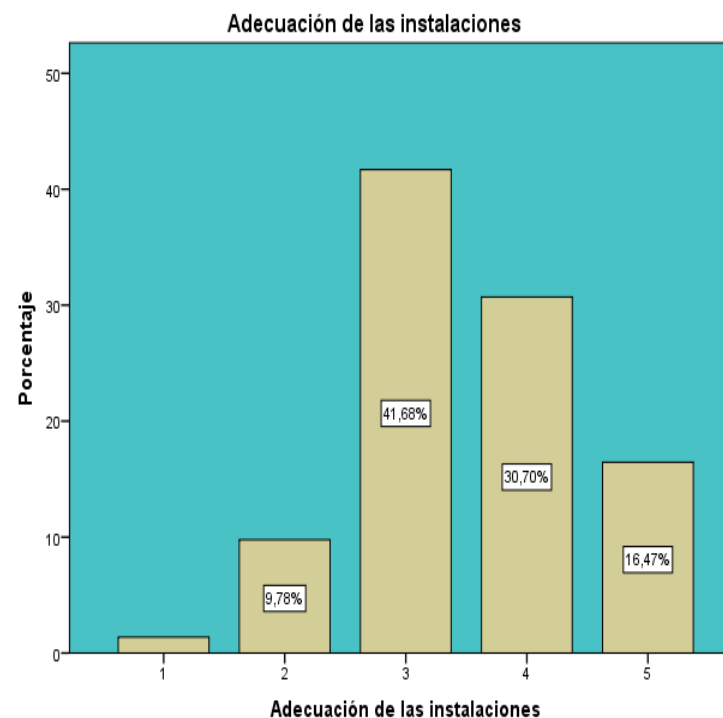


Figura 13 Adecuación de las instalaciones

Tabla 21
Tabla cruzada adecuación de las instalaciones

	Adecuación de las instalaciones					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	1	11	73	44	27	156
Universidad B	3	17	40	43	27	130
Universidad C	0	0	14	15	2	31
Universidad D	1	7	15	8	1	32
Universidad E	1	1	11	12	5	30
Universidad F	1	5	19	6	3	34
Universidad G	0	3	15	9	10	37
Universidad H	0	2	12	11	9	34
Universidad I	0	1	15	11	5	32
Universidad J	1	4	16	13	3	37
Universidad K	0	6	13	7	4	30
	8	57	243	179	96	583

Equipos tecnológicos actualizados

Tabla 22
Equipos tecnológicos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	21	3,6	3,6	3,6
2	65	11,1	11,1	14,7
3	220	37,7	37,7	52,4
4	183	31,3	31,3	83,7
5	95	16,3	16,3	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: Se observa una satisfacción del 47,6% entre los estudiantes encuestados, relacionado a la actualización de los equipos tecnológicos y se considera que el 37,7% de los estudiantes sientes que el funcionamiento de los equipos tecnológicos es aceptable.

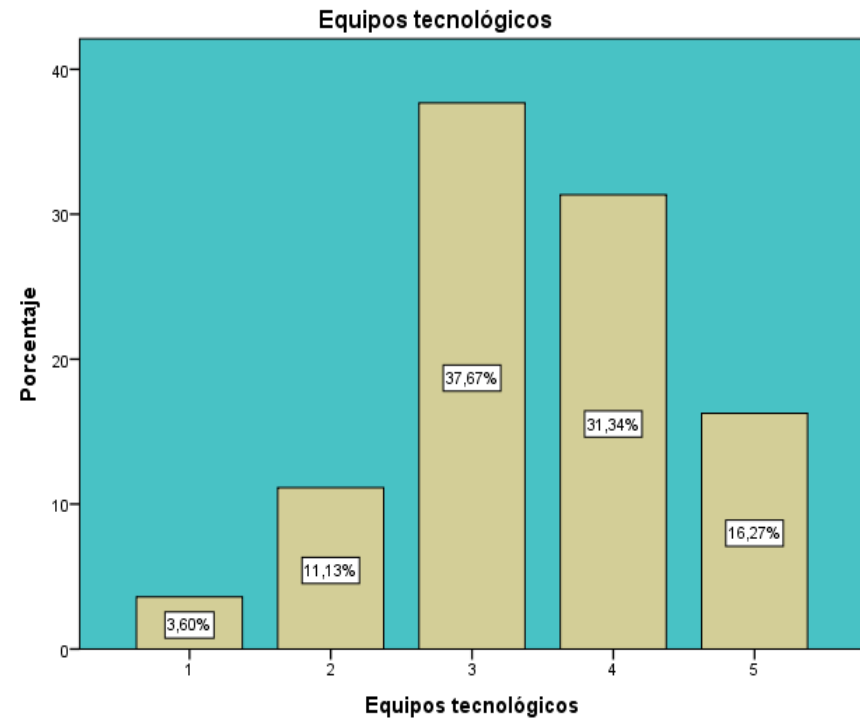


Figura 14 Equipos tecnológicos

Tabla 23
Tabla cruzada equipos tecnológicos

	Equipos tecnológicos					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	15	27	58	37	20	157
Universidad B	3	11	33	49	34	130
Universidad C	0	1	13	15	2	31
Universidad D	1	8	11	9	3	32
Universidad E	0	6	13	7	4	30
Universidad F	0	2	20	10	2	34
Universidad G	0	1	14	10	12	37
Universidad H	0	1	14	9	10	34
Universidad I	1	2	13	13	3	32
Universidad J	1	1	19	14	2	37
Universidad K	0	5	12	10	3	30
	21	65	220	183	95	584

Apariencia y funcionamiento de los medios de información

Tabla 24
Medios de información

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	7	1,2	1,2	1,2
2	46	7,9	7,9	9,1
3	205	35,1	35,2	44,3
4	210	36,0	36,0	80,3
5	115	19,7	19,7	100,0
Total	583	99,8	100,0	
Sistema	1	,2		
	584	100,0		

Análisis: Se observa una satisfacción del 55,7% entre los estudiantes encuestados, en lo referente a la apariencia y funcionamiento de los medios de información como la página web, redes sociales y la plataforma virtual, lo cual representa a la mayoría y se considera que el 35,2% de los estudiantes siente que la apariencia y funcionamiento de los medios de comunicación es aceptable.

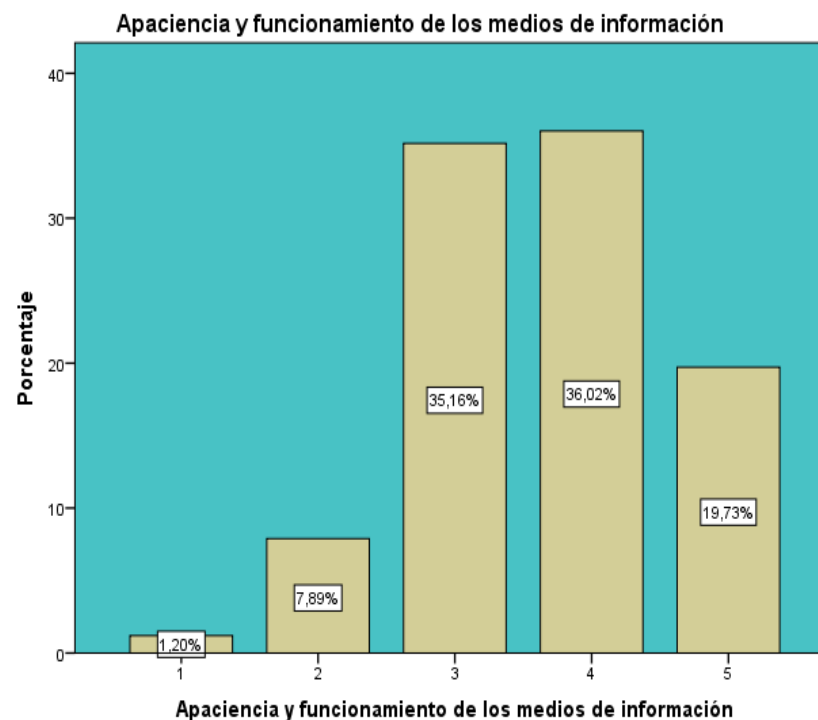


Figura 15 Medios de información

Tabla 25
Tabla cruzada apariencia y funcionamiento de los medios de información

	Apariencia y funcionamiento de los medios de información					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	2	15	52	58	29	156
Universidad B	2	8	43	48	29	130
Universidad C	0	2	9	15	5	31
Universidad D	1	4	14	8	5	32
Universidad E	1	3	10	9	7	30
Universidad F	0	4	18	9	3	34
Universidad G	0	3	11	13	10	37
Universidad H	0	0	9	11	14	34
Universidad I	0	3	14	11	4	32
Universidad J	1	1	12	18	5	37
Universidad K	0	3	13	10	4	30
	7	46	205	210	115	583

Seguridad de las instalaciones

Tabla 26
Seguridad de las instalaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	25	4,3	4,3	4,3
	2	78	13,4	13,4	17,7
	3	198	33,9	34,1	51,8
	4	181	31,0	31,2	83,0
	5	99	17,0	17,0	100,0
	Total	581	99,5	100,0	
Perdidos	Sistema	3	,5		
Total		584	100,0		

Análisis: Entre los encuestados se observa que se encuentran satisfechos con un 48% en lo que corresponde a la seguridad de las instalaciones y con un 17,7% están insatisfechos.

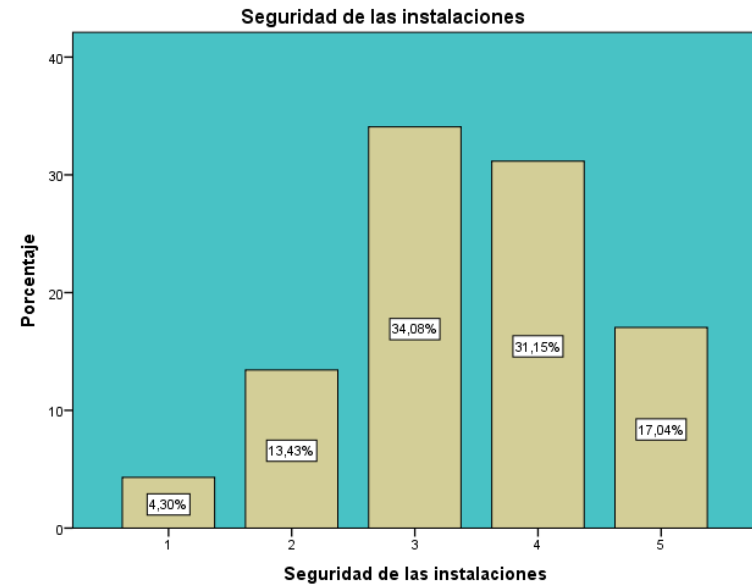


Figura 16 Seguridad de las instalaciones

Tabla 27
Tabla cruzada seguridad de las instalaciones

	Seguridad de las instalaciones					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	14	30	55	38	18	155
Universidad B	6	21	45	31	27	130
Universidad C	0	0	5	17	9	31
Universidad D	0	8	9	10	5	32
Universidad E	1	0	9	14	6	30
Universidad F	0	3	15	16	0	34
Universidad G	0	4	5	19	9	37
Universidad H	0	1	11	12	10	34
Universidad I	2	2	18	4	6	32
Universidad J	2	7	10	12	6	37
Universidad K	0	2	16	8	3	29
	25	78	198	181	99	581

Disponibilidad de estacionamientos

Tabla 28
Disponibilidad de estacionamientos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	56	9,6	9,6	9,6
2	100	17,1	17,2	26,9
3	204	34,9	35,1	62,0
4	145	24,8	25,0	86,9
5	76	13,0	13,1	100,0
Total	581	99,5	100,0	
Sistema	3	,5		
	584	100,0		

Análisis Entre los encuestados se observa que se encuentran satisfechos con un 38,1% en lo que corresponde a la disponibilidad de estacionamientos, con un 26,9% están insatisfechos y sienten que el servicio es aceptable el 35,1% de los estudiantes.

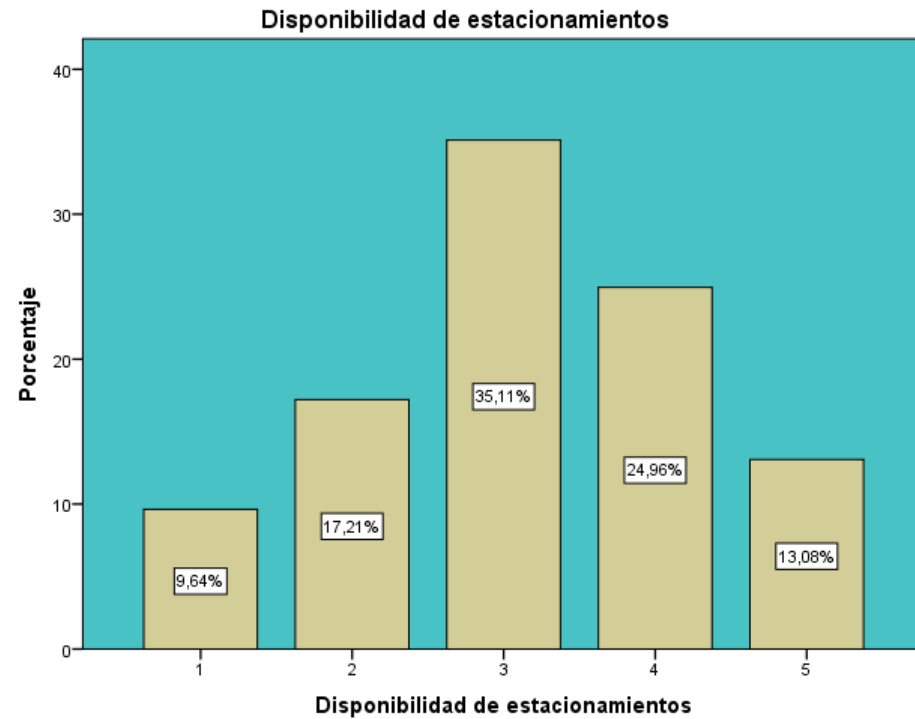


Figura 17 Disponibilidad de estacionamientos

Tabla 29
Tabla cruzada disponibilidad de estacionamientos

	Disponibilidad de estacionamientos					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	18	31	55	34	16	154
Universidad B	15	22	47	30	16	130
Universidad C	0	0	10	12	9	31
Universidad D	3	10	11	8	0	32
Universidad E	1	1	14	10	4	30
Universidad F	0	3	19	10	2	34
Universidad G	0	3	7	16	11	37
Universidad H	0	3	8	11	12	34
Universidad I	5	8	12	5	2	32
Universidad J	10	12	9	4	2	37
Universidad K	4	7	12	5	2	30
	56	100	204	145	76	581

Acceso a internet

Tabla 30
Acceso al internet

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	18	3,1	3,1	3,1
2	76	13,0	13,0	16,1
3	204	34,9	34,9	51,0
4	190	32,5	32,5	83,6
5	96	16,4	16,4	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: Del 100% de encuestados se concluye que el 48,9% se encuentran satisfechos con el acceso al internet, mientras que con un 34,9% consideran que le servicio es admisible y el 16,1% está insatisfecho.

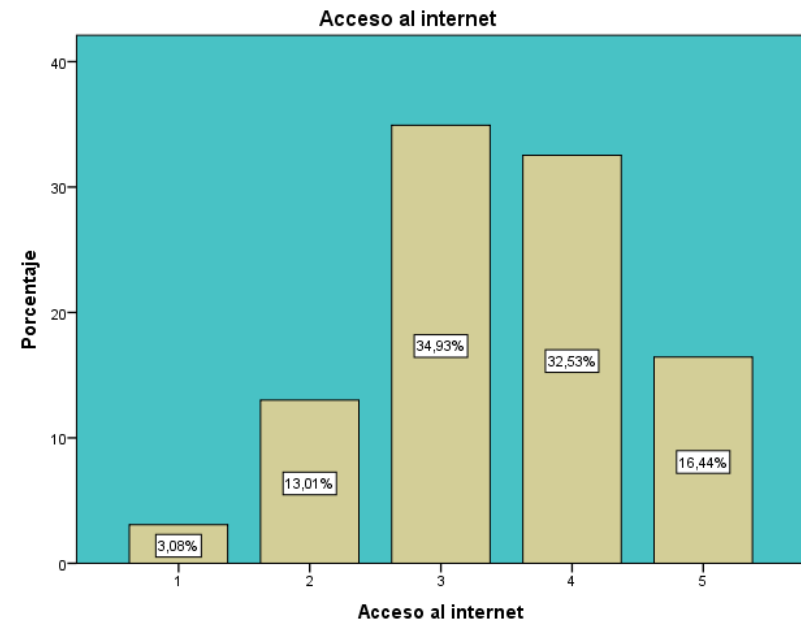


Figura 18 Acceso al internet

Tabla 31
Tabla cruzada acceso al internet

	Acceso al internet					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	5	29	64	36	23	157
Universidad B	8	15	40	42	25	130
Universidad C	0	0	10	15	6	31
Universidad D	1	7	8	10	6	32
Universidad E	0	3	6	16	5	30
Universidad F	0	7	15	11	1	34
Universidad G	1	1	8	16	11	37
Universidad H	0	1	10	11	12	34
Universidad I	0	2	14	14	2	32
Universidad J	1	7	16	11	2	37
Universidad K	2	4	13	8	3	30
	18	76	204	190	96	584

Servicio médico

Tabla 32
Servicio médico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	24	4,1	4,1	4,1
2	56	9,6	9,6	13,7
3	201	34,4	34,4	48,1
4	192	32,9	32,9	81,0
5	111	19,0	19,0	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: Con respecto al servicio médico existe satisfacción representada con el 51,9%, mientras que con el 34,4% siente que el servicio es aceptable y con el 13,7% se encuentra insatisfechos.

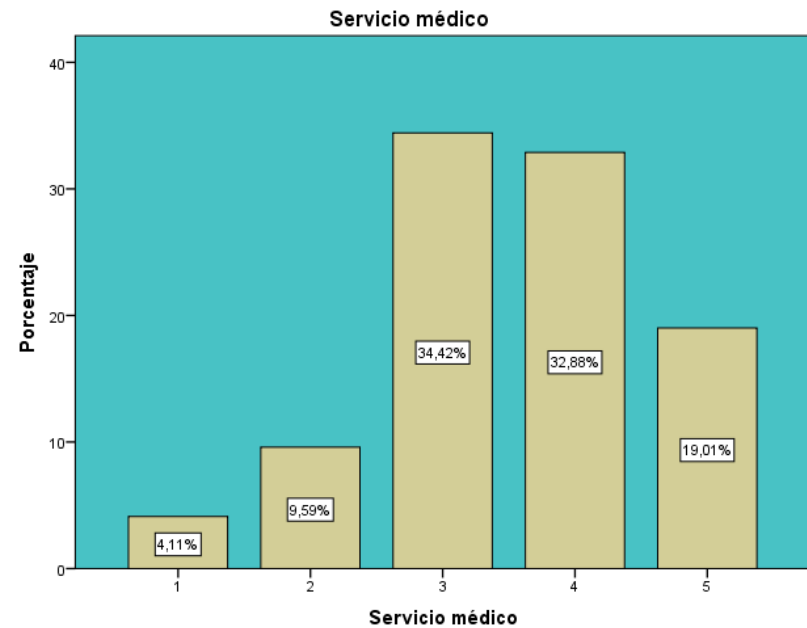


Figura 19 Servicio médico

Tabla 33
Tabla cruzada servicio médico

	Servicio médico					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	5	16	59	50	27	157
Universidad B	8	12	37	36	37	130
Universidad C	0	1	9	18	3	31
Universidad D	4	5	11	8	4	32
Universidad E	1	3	10	11	5	30
Universidad F	1	3	15	14	1	34
Universidad G	0	1	10	13	13	37
Universidad H	0	2	6	14	12	34
Universidad I	1	1	17	11	2	32
Universidad J	2	9	11	11	4	37
Universidad K	2	3	16	6	3	30
	24	56	201	192	111	584

Servicio de fotocopiado

Tabla 34
Servicio de fotocopiado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	16	2,7	2,7	2,7
2	52	8,9	8,9	11,6
3	219	37,5	37,5	49,1
4	201	34,4	34,4	83,6
5	96	16,4	16,4	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: Se concluye que del total del estudiantes encuestados el 37,5% considera que el servicio de fotocopiado es aceptable, el 50,8% se siente satisfecho, mientras que el 11,6% está insatisfecho.

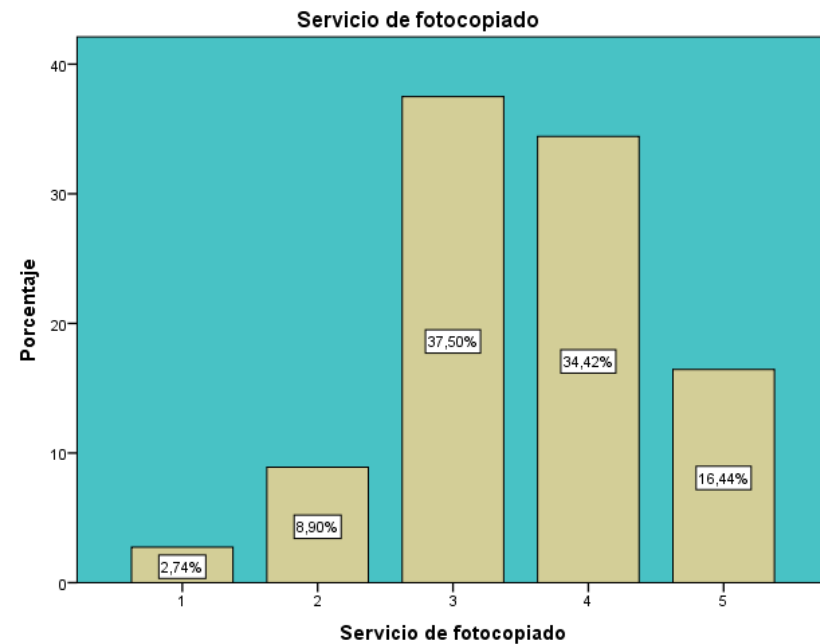


Figura 20 Servicio de fotocopiado

Tabla 35
Tabla cruzada servicio de fotocopiado

	Servicio de fotocopiado					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	2	14	76	46	19	157
Universidad B	3	17	33	43	34	130
Universidad C	0	0	10	15	6	31
Universidad D	4	2	14	11	1	32
Universidad E	0	2	10	11	7	30
Universidad F	2	2	19	9	2	34
Universidad G	1	3	8	13	12	37
Universidad H	0	3	8	15	8	34
Universidad I	1	2	17	10	2	32
Universidad J	1	2	9	22	3	37
Universidad K	2	5	15	6	2	30
	16	52	219	201	96	584

Servicios bibliotecarios

Tabla 36
Servicio bibliotecarios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	8	1,4	1,4	1,4
2	59	10,1	10,1	11,5
3	188	32,2	32,2	43,7
4	209	35,8	35,8	79,5
5	120	20,5	20,5	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: En lo relacionado a las instalaciones y servicios bibliotecarios los estudiantes encuestados se sienten satisfechos con un 56,3% lo que representa a la mayoría y con 32,2% sienten que los servicios bibliotecarios son aceptables.

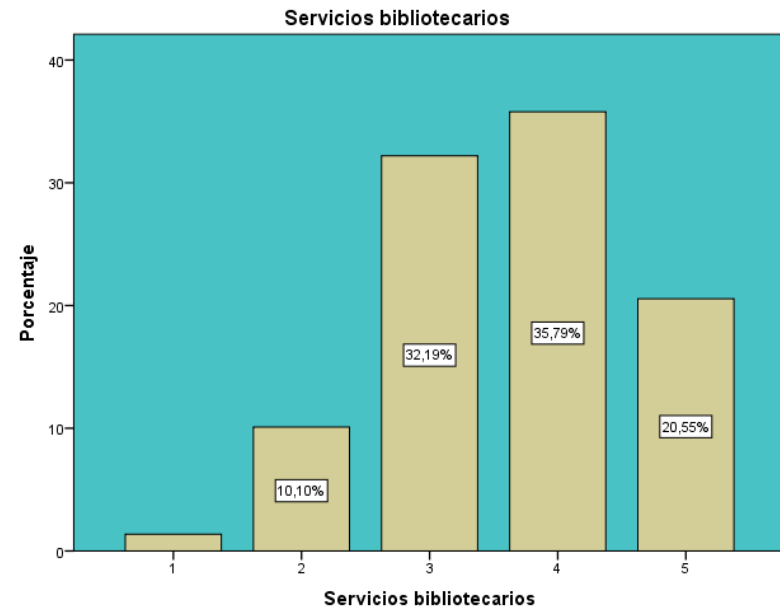


Figura 21 Servicios bibliotecarios

Tabla 37
Servicios bibliotecarios

	Servicios bibliotecarios					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	1	20	61	47	28	157
Universidad B	5	10	29	47	39	130
Universidad C	0	0	4	16	11	31
Universidad D	0	5	12	12	3	32
Universidad E	0	3	9	12	6	30
Universidad F	0	7	12	13	2	34
Universidad G	0	4	14	8	11	37
Universidad H	0	1	7	14	12	34
Universidad I	1	3	14	13	1	32
Universidad J	1	4	9	18	5	37
Universidad K	0	2	17	9	2	30
	8	59	188	209	120	584

Atención por parte del personal administración y de apoyo

Tabla 38
Atención por parte del personal administrativo y de apoyo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	10	1,7	1,7	1,7
2	65	11,1	11,1	12,8
3	231	39,6	39,6	52,4
4	207	35,4	35,4	87,8
5	71	12,2	12,2	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: En lo que corresponde a la capacidad para prestar el servicio por parte del personal administrativo y de apoyo los estudiantes se encuentran satisfechos con un 47,6%, sienten que el servicio es aceptable con un 39,6% y el 12,8% están insatisfechos.

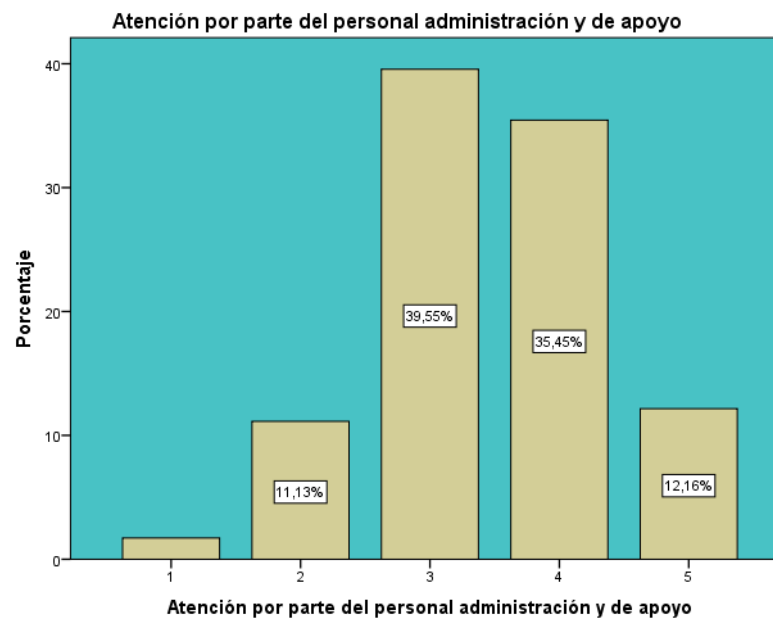


Figura 22 Atención por parte del personal administrativo y de apoyo

Tabla 39
Tabla cruzada atención por parte del personal administrativo

	Atención por parte del personal administración y de apoyo					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	5	31	61	41	19	157
Universidad B	3	12	51	39	25	130
Universidad C	0	1	7	18	5	31
Universidad D	1	2	12	17	0	32
Universidad E	0	4	11	12	3	30
Universidad F	0	4	19	9	2	34
Universidad G	1	3	9	18	6	37
Universidad H	0	1	11	17	5	34
Universidad I	0	3	19	8	2	32
Universidad J	0	1	17	19	0	37
Universidad K	0	3	14	9	4	30
	10	65	231	207	71	584

Atención por parte de las autoridades

Tabla 40
Atención por parte de las autoridades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	11	1,9	1,9	1,9
2	56	9,6	9,6	11,5
3	248	42,5	42,5	53,9
4	196	33,6	33,6	87,5
5	73	12,5	12,5	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: En lo que corresponde a la capacidad para prestar el servicio por parte de las autoridades los estudiantes se encuentran satisfechos con un 46.1%, sienten que el servicio es aceptable con un 42,5% y el 11,5% están insatisfechos

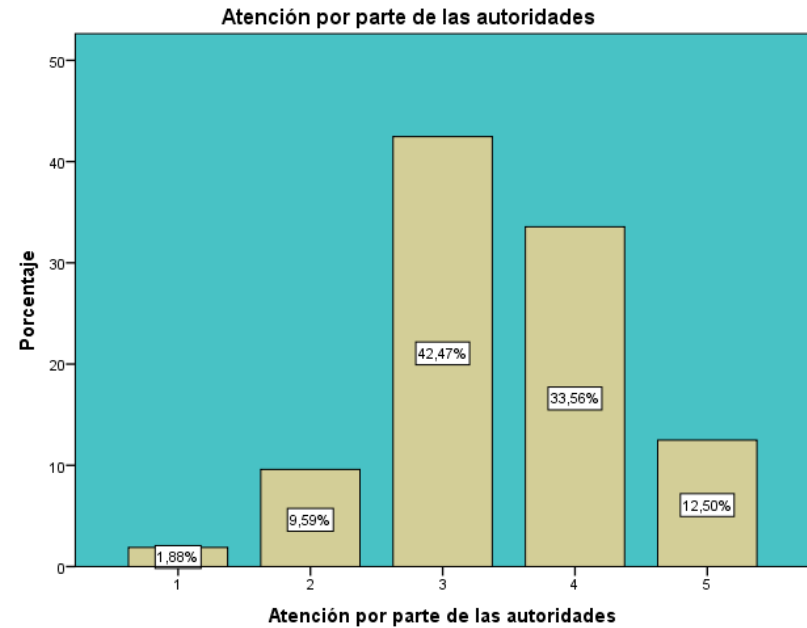


Figura 23 Atención por parte de las autoridades

Tabla 41
Tabla cruzada por parte de las autoridades

	Atención por parte de las autoridades					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	3	22	68	42	22	157
Universidad B	5	11	46	51	17	130
Universidad C	0	0	9	17	5	31
Universidad D	0	3	14	14	1	32
Universidad E	1	5	11	9	4	30
Universidad F	0	6	19	7	2	34
Universidad G	0	2	12	13	10	37
Universidad H	1	1	13	12	7	34
Universidad I	0	1	18	10	3	32
Universidad J	1	2	18	16	0	37
Universidad K	0	3	20	5	2	30
	11	56	248	196	73	584

Gestión de trámites institucionales

Tabla 42
Gestión de trámites institucionales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	15	2,6	2,6	2,6
2	78	13,4	13,4	15,9
3	232	39,7	39,7	55,7
4	193	33,0	33,0	88,7
5	66	11,3	11,3	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: En lo referente a la capacidad del personal para gestionar los trámites institucionales los estudiantes se encuentran satisfechos con un 44,3%, sienten que el servicio es aceptable con un 39,7% y el 15,9% están insatisfechos

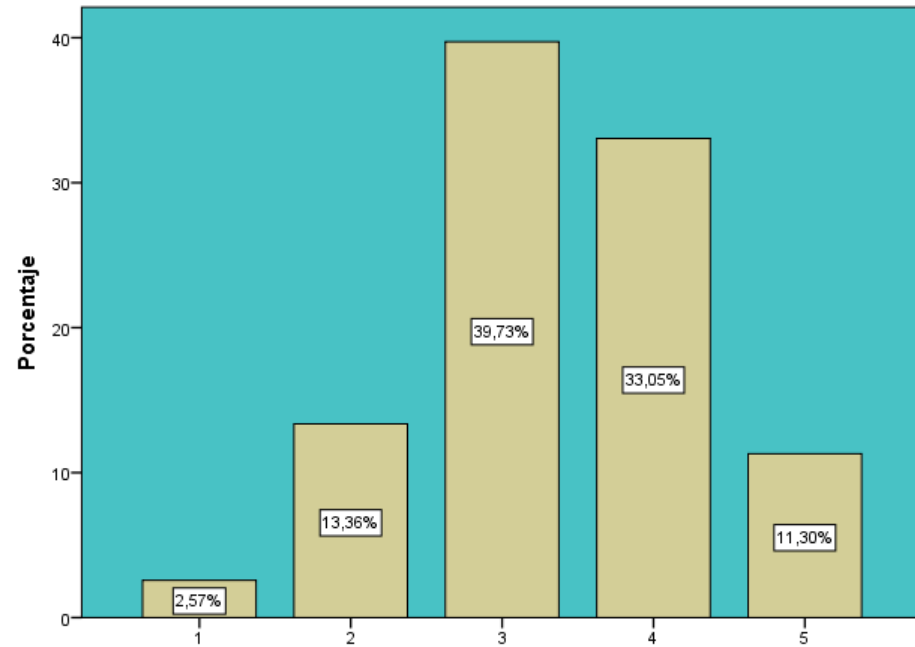


Figura 24 Gestión de trámites institucionales

Tabla 43
Gestión de trámites institucionales

	Gestión de trámites de las autoridades					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	5	31	73	36	12	157
Universidad B	7	15	44	41	23	130
Universidad C	0	1	12	14	4	31
Universidad D	1	6	12	12	1	32
Universidad E	1	6	9	10	4	30
Universidad F	0	5	19	7	3	34
Universidad G	1	2	12	17	5	37
Universidad H	0	2	10	13	9	34
Universidad I	0	3	17	12	0	32
Universidad J	0	1	14	19	3	37
Universidad K	0	6	10	12	2	30
	15	78	232	193	66	584

El personal administrativo presta el servicio sin errores y a la primera

Tabla 44
El personal administrativo presta el servicio sin errores y a la primera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	11	1,9	1,9	1,9
2	43	7,4	7,4	9,2
3	239	40,9	40,9	50,2
4	203	34,8	34,8	84,9
5	88	15,1	15,1	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: En lo relacionado a la capacidad del personal administrativo en prestar el servicio sin errores y a la primera los estudiantes se encuentran satisfechos con un 49,9%, sienten que el servicio es aceptable con un 40,9% y el 9,2% están insatisfechos.

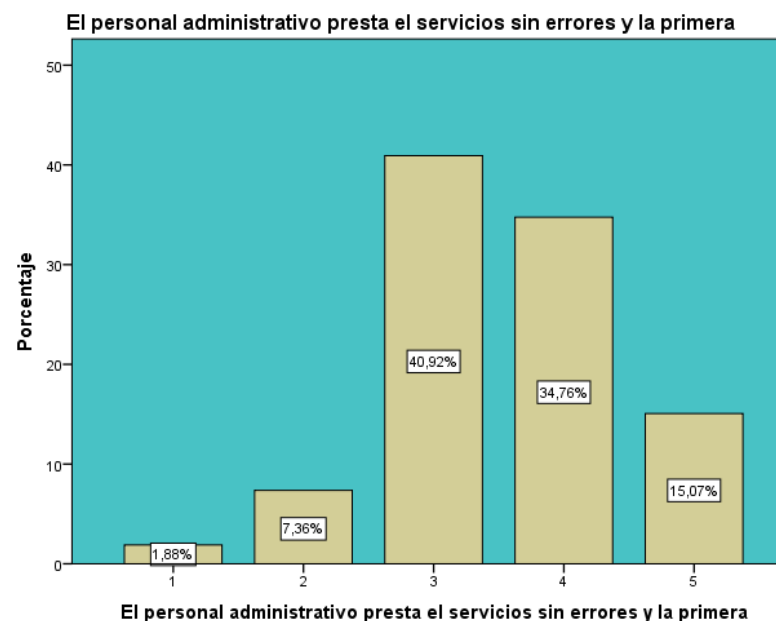


Figura 25 El personal administrativo presta el servicios sin errores y la primera

Tabla 45**Tabla cruzada el personal administrativo presta el servicios sin errores y a la primera**

	El personal administrativo presta el servicios sin errores y a la primera					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	5	13	65	47	27	157
Universidad B	4	10	44	44	28	130
Universidad C	0	0	10	16	5	31
Universidad D	0	3	16	12	1	32
Universidad E	1	2	16	8	3	30
Universidad F	0	5	15	10	4	34
Universidad G	1	3	14	15	4	37
Universidad H	0	1	7	17	9	34
Universidad I	0	2	16	12	2	32
Universidad J	0	2	18	15	2	37
Universidad K	0	2	18	7	3	30
	11	43	239	203	88	584

La información proporcionada es oportuna y confiable

Tabla 46

La información proporcionada es oportuna y confiable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	24	4,1	4,1	4,1
2	56	9,6	9,6	13,7
3	207	35,4	35,4	49,1
4	204	34,9	34,9	84,1
5	93	15,9	15,9	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: En lo que corresponde a la capacidad del personal en proporcionar información oportuna y confiable los estudiantes encuestados se encuentran satisfechos con un 50,8%, sienten que el servicio es aceptable con un 35,4% y el 13,7% están insatisfechos.

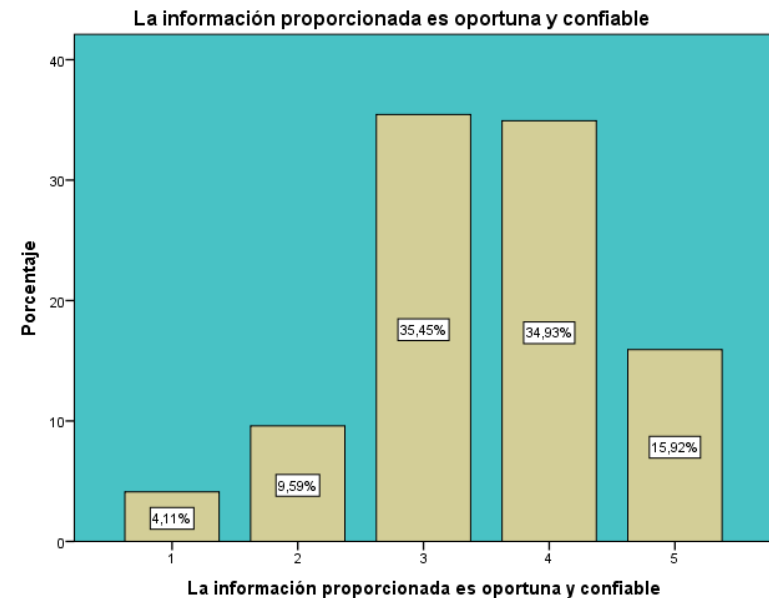


Figura 26 La información proporcionada es oportuna y confiable

Tabla 47
Tabla cruzada la información es oportuna y confiable

	La información proporcionada es oportuna y confiable					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	14	26	52	46	19	157
Universidad B	2	10	46	40	32	130
Universidad C	0	0	6	19	6	31
Universidad D	3	2	14	10	3	32
Universidad E	1	5	12	6	6	30
Universidad F	0	4	17	9	4	34
Universidad G	1	3	15	14	4	37
Universidad H	0	0	9	14	11	34
Universidad I	1	1	12	13	5	32
Universidad J	2	2	11	21	1	37
Universidad K	0	3	13	12	2	30
	24	56	207	204	93	584

Sus peticiones se realizan rápidamente

Tabla 48
Sus peticiones se realizan rápidamente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	18	3,1	3,1	3,1
2	57	9,8	9,8	12,8
3	203	34,8	34,8	47,6
4	215	36,8	36,8	84,4
5	91	15,6	15,6	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: En lo relacionado a la disposición del personal por cumplir con las peticiones rápidamente los estudiantes se encuentran satisfechos con un 52,4%, sienten que el servicio es aceptable con un 34,8% y el 12,8% están insatisfechos.

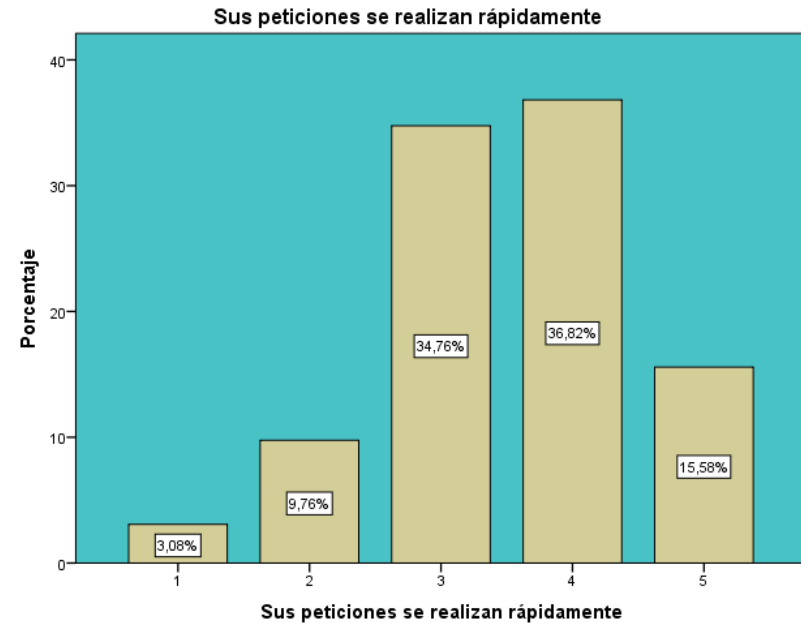


Figura 27 Sus peticiones se realizan rápidamente

Tabla 49
Sus peticiones se realizan rápidamente

	Sus peticiones se realizan rápidamente					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	10	19	64	45	19	157
Universidad B	5	12	39	48	26	130
Universidad C	0	0	6	14	11	31
Universidad D	0	5	11	13	3	32
Universidad E	0	5	11	9	5	30
Universidad F	0	4	14	15	1	34
Universidad G	1	3	17	14	2	37
Universidad H	0	1	6	11	16	34
Universidad I	0	2	11	18	1	32
Universidad J	1	3	11	17	5	37
Universidad K	1	3	13	11	2	30
	18	57	203	215	91	584

Rapidez con que sus quejas y reclamos son atendidas

Tabla 50
Rapidez con que sus quejas y reclamos son atendidas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	31	5,3	5,3	5,3
2	69	11,8	11,8	17,1
3	242	41,4	41,4	58,6
4	173	29,6	29,6	88,2
5	69	11,8	11,8	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis En lo relacionado a la disposición del personal por atender las quejas y reclamos con rapidez los estudiantes encuestados encuentran satisfechos con un 41,4%, sienten que el servicio es aceptable con un 41,4% y el 17,1% están insatisfechos.

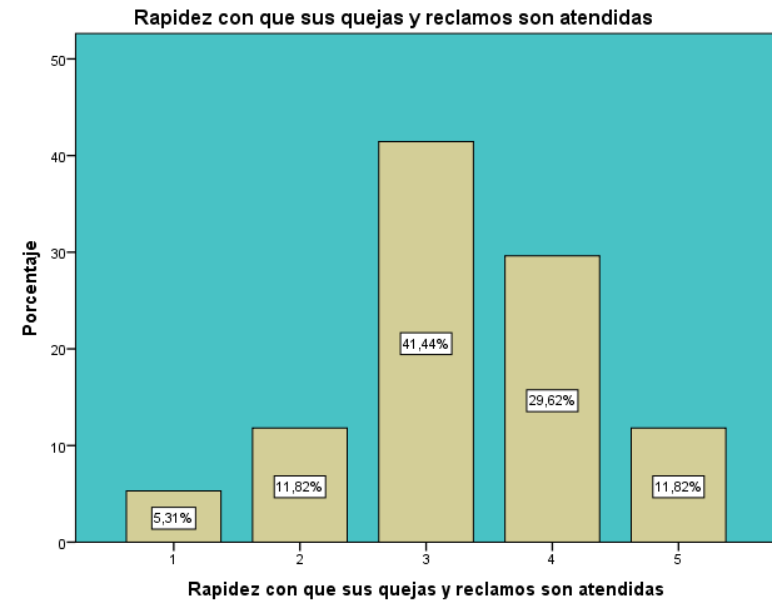


Figura 28 Rapidez con que sus quejas y reclamos son atendidas

Tabla 51
Rapidez con que sus quejas y reclamos son atendidas

	Rapidez con que sus quejas y reclamos son atendidas					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	17	28	67	34	11	157
Universidad B	9	17	39	45	20	130
Universidad C	0	0	10	13	8	31
Universidad D	0	3	15	12	2	32
Universidad E	1	5	12	7	5	30
Universidad F	0	4	17	11	2	34
Universidad G	1	4	17	13	2	37
Universidad H	0	1	11	11	11	34
Universidad I	0	1	22	7	2	32
Universidad J	2	2	18	11	4	37
Universidad K	1	4	14	9	2	30
	31	69	242	173	69	584

Atención documental e inscripciones

Tabla 52

Atención documental e inscripciones

La atención del personal tanto administrativo como por parte de las autoridades en relación a solicitudes documentales e inscripción que debe pasar por diferentes áreas son trámites que se realizan de forma eficaz y en un tiempo justo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	11	1,9	1,9	1,9
2	42	7,2	7,2	9,1
3	255	43,7	43,7	52,8
4	189	32,4	32,4	85,2
5	86	14,7	14,8	100,0
Total	583	99,8	100,0	
Sistema	1	,2		
	584	100,0		

La atención del personal tanto administrativo como por parte de las autoridades en relación a solicitudes documentales e inscripción que debe pasar por diferentes áreas son trámites que se realizan de forma eficaz y en un tiempo justo

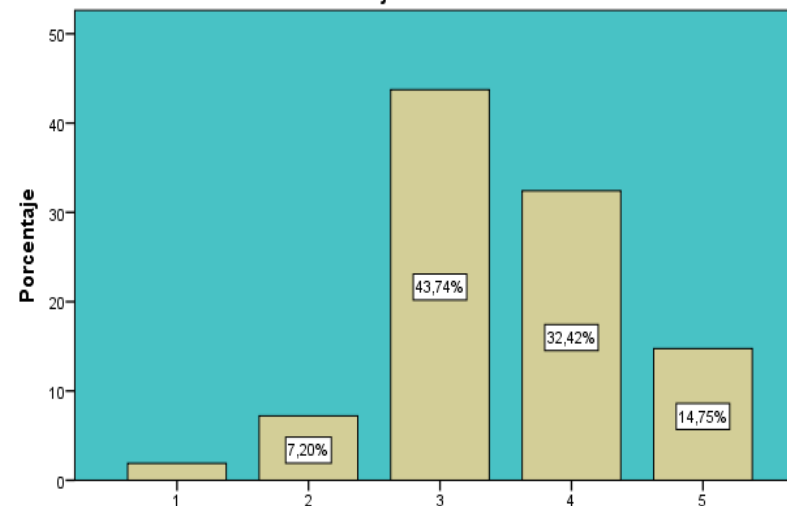


Figura 29 Atención documental e inscripciones

Análisis : En lo relacionado a la disposición tanto del personal administrativo como por parte de las autoridades en realizar las solicitudes documentales e inscripciones que debe pasar por diferentes áreas de forma eficaz y un tiempo los estudiantes se encuentran satisfechos con un 47,2%, siente que el servicio es aceptable con un 43,7% y con un 9,1% están insatisfechos.

Tabla 53
Tabla cruzada atención documental e inscripciones

	La atención del personal tanto administrativo como por parte de las autoridades en relación a solicitudes documentales e inscripción que debe pasar por diferentes áreas son trámites que se realizan de forma eficaz y en un tiempo justo					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	4	11	75	36	31	157
Universidad B	4	10	46	42	27	129
Universidad C	0	1	11	17	2	31
Universidad D	1	3	16	10	2	32
Universidad E	1	1	14	9	5	30
Universidad F	1	3	19	10	1	34
Universidad G	0	3	18	14	2	37
Universidad H	0	1	6	18	9	34
Universidad I	0	3	13	14	2	32
Universidad J	0	1	20	13	3	37
Universidad K	0	5	17	6	2	30
	11	42	255	189	86	583

El personal de la institución muestra respeto, educación y amabilidad a la hora de atenderlo

Tabla 54
El personal de la institución muestra respeto, educación y amabilidad a la hora de atenderlo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	8	1,4	1,4	1,4
2	41	7,0	7,0	8,4
3	205	35,1	35,1	43,5
4	243	41,6	41,6	85,1
5	87	14,9	14,9	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis : En relación a la atención del personal y sus habilidades para inspirar credibilidad a la hora de atender a los estudiantes mostrando respeto y amabilidad los estudiantes se sienten satisfechos con 56,5%, con un 35,1% sienten que el servicio es aceptable y el 8,4% está insatisfecho.

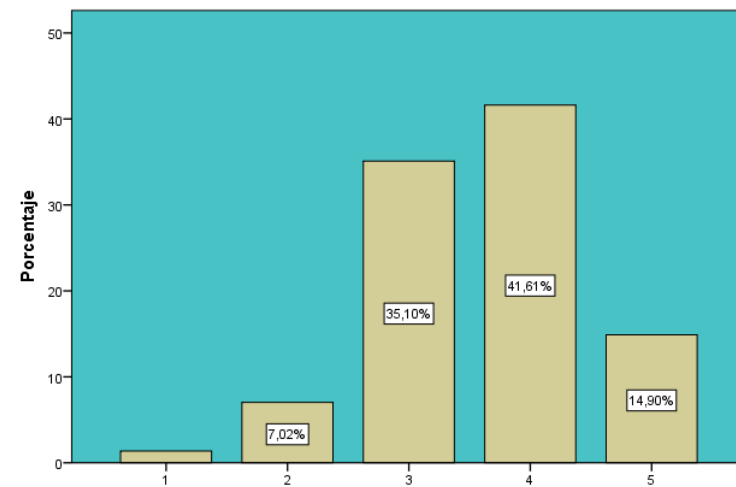


Figura 30 El personal de la institución muestra respeto, educación y amabilidad a la hora de atenderlo

Tabla 55
El personal de la institución muestra respeto, educación y amabilidad a la hora de atenderlo

	El personal de la institución muestra respeto, educación y amabilidad a la hora de atenderlo					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	2	14	64	50	27	157
Universidad B	3	7	39	56	25	130
Universidad C	0	1	5	20	5	31
Universidad D	1	3	9	17	2	32
Universidad E	2	1	13	9	5	30
Universidad F	0	2	17	14	1	34
Universidad G	0	4	13	16	4	37
Universidad H	0	1	9	12	12	34
Universidad I	0	2	15	14	1	32
Universidad J	0	2	10	22	3	37
Universidad K	0	4	11	13	2	30
	8	41	205	243	87	584

Usted considera que el personal está capacitado para desempeñar sus funciones

Tabla 56

Usted considera que el personal está capacitado para desempeñar sus funciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	26	4,5	4,5	4,5
2	70	12,0	12,0	16,4
3	241	41,3	41,3	57,7
4	175	30,0	30,0	87,7
5	72	12,3	12,3	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: En relación a los conocimientos mostrados por el personal los estudiantes se sienten satisfechos con un 42,3% y consideran que están capacitados para desempeñar sus funciones y el 16,4% están insatisfechos.

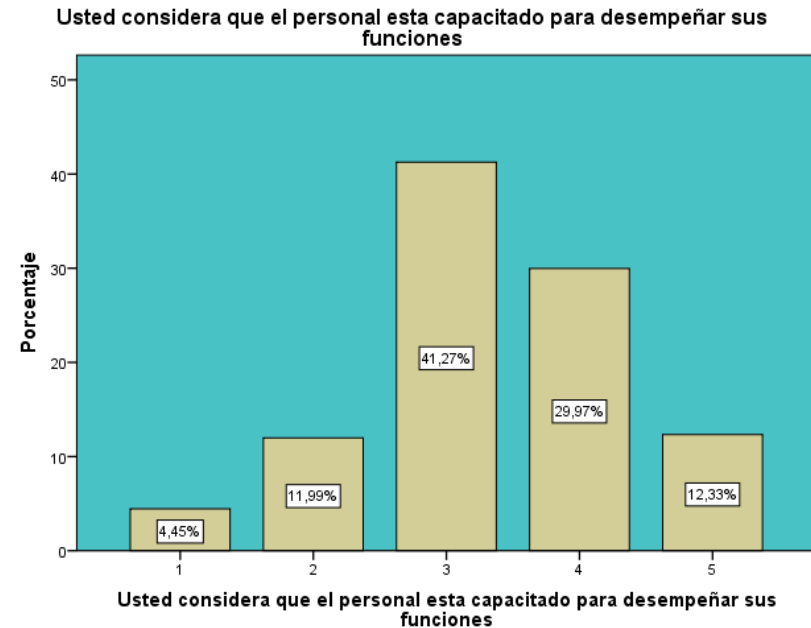


Figura 31 Usted considera que el personal está capacitado para desempeñar sus funciones

Tabla 57**Usted considera que el personal está capacitado para desempeñar sus funciones**

	Usted considera que el personal está capacitado para desempeñar sus funciones					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	9	23	64	39	22	157
Universidad B	6	13	45	43	23	130
Universidad C	0	2	9	14	6	31
Universidad D	3	5	17	7	0	32
Universidad E	0	8	12	6	4	30
Universidad F	1	2	19	12	0	34
Universidad G	1	4	12	16	4	37
Universidad H	0	1	15	12	6	34
Universidad I	2	2	14	11	3	32
Universidad J	3	6	14	12	2	37
Universidad K	1	4	20	3	2	30
	26	70	241	175	72	584

Considera que el horario de atención está acorde a sus necesidades

Tabla 58
Considera que el horario de atención está acorde a sus necesidades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	8	1,4	1,4	1,4
2	42	7,2	7,2	8,6
3	199	34,1	34,1	42,6
4	238	40,8	40,8	83,4
5	97	16,6	16,6	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: Los estudiantes encuestados están satisfechos con el horario de atención con un 57,4%, con 34,1% sienten que el horario es aceptable y el 8,6% se encuentra insatisfecho.

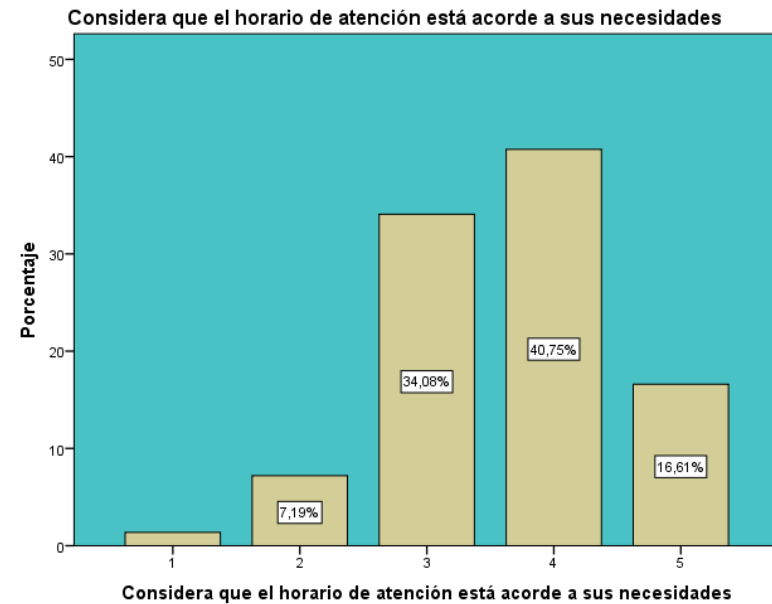


Figura 32 Considera que el horario de atención está acorde a sus necesidades

Tabla 59
Considera que el horario de atención está acorde a sus necesidades

	Considera que el horario de atención está acorde a sus necesidades					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	6	18	65	42	26	157
Universidad B	1	10	35	52	32	130
Universidad C	0	0	3	24	4	31
Universidad D	0	4	9	17	2	32
Universidad E	0	3	7	12	8	30
Universidad F	0	0	12	18	4	34
Universidad G	0	2	16	19	0	37
Universidad H	0	1	10	12	11	34
Universidad I	1	2	15	10	4	32
Universidad J	0	0	11	22	4	37
Universidad K	0	2	16	10	2	30
	8	42	199	238	97	584

Usted siente que las personas encargadas a la atención de sus necesidades son las suficientes

Tabla 60
Usted siente que las personas encargadas a la atención de sus necesidades son las suficientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	7	1,2	1,2	1,2
2	50	8,6	8,6	9,8
3	243	41,6	41,6	51,4
4	187	32,0	32,0	83,4
5	97	16,6	16,6	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: Los estudiantes encuestados están satisfechos con la cantidad de personal encarga en cubrir sus necesidades con un 48,6% y el 9,8% se encuentra insatisfecho.

Usted siente que las personas encargadas a la atención de sus necesidades son las suficientes.

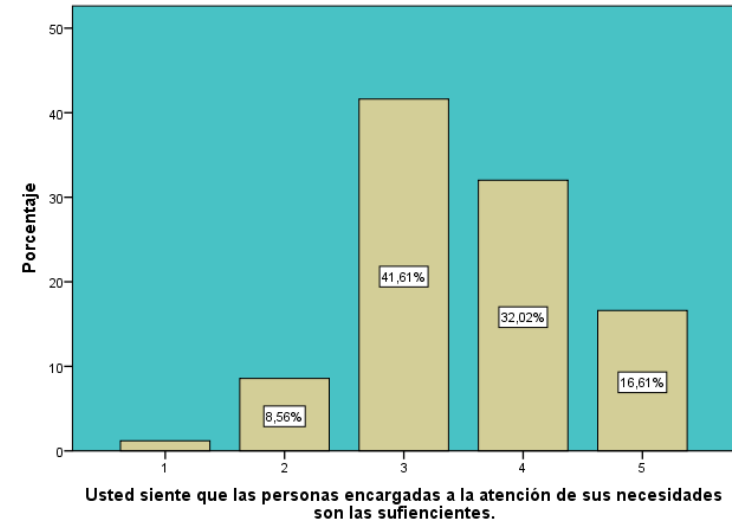


Figura 33 Usted siente que las personas encargadas a la atención de sus necesidades son las suficientes

Tabla 61

Tabla cruzada usted siente que las personas encargadas a la atención de sus necesidades son las suficientes

	Usted siente que las personas encargadas a la atención de sus necesidades son las suficientes.					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	3	17	80	36	21	157
Universidad B	3	12	41	39	35	130
Universidad C	0	2	12	10	7	31
Universidad D	1	1	15	13	2	32
Universidad E	0	4	14	7	5	30
Universidad F	0	0	15	13	6	34
Universidad G	0	5	10	20	2	37
Universidad H	0	1	14	10	9	34
Universidad I	0	1	16	12	3	32
Universidad J	0	3	12	17	5	37
Universidad K	0	4	14	10	2	30
	7	50	243	187	97	584

La forma en que se transmite la información es clara y por los medio adecuados

Tabla 62
La forma en que se transmite la información es clara y por los medio adecuados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	6	1,0	1,0	1,0
2	37	6,3	6,3	7,4
3	229	39,2	39,2	46,6
4	219	37,5	37,5	84,1
5	93	15,9	15,9	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Análisis: En lo referente a la forma en que se transmite la información a cada uno es clara y por los medios adecuados los estudiantes se sienten satisfechos con un 53,4% y el 7,4% se siente insatisfecho.

La forma en que se transmite la información es clara y por los medios adecuados

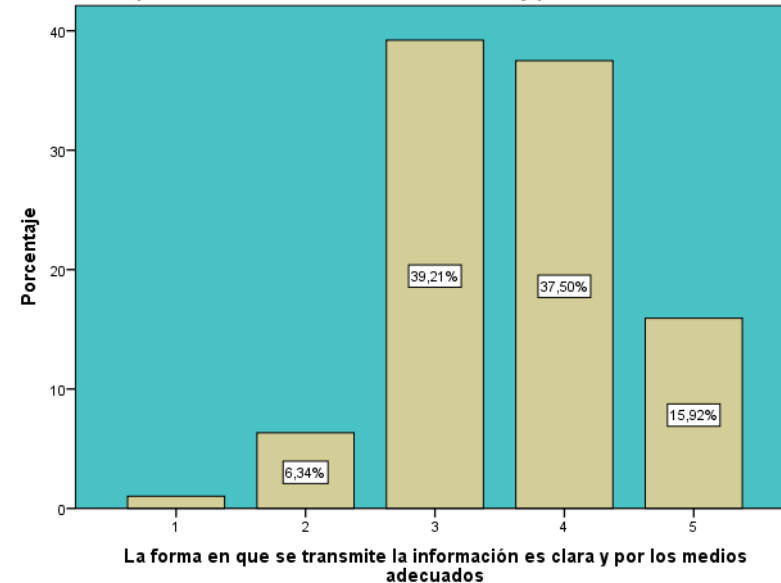


Figura 34 La forma en que se transmite la información es clara y por los medio adecuados

Tabla 63

Tabla cruza la forma en que se transmite la información es clara y por los medios adecuados

	La forma en que se transmite la información es clara y por los medios adecuados					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	4	19	69	48	17	157
Universidad B	1	4	43	51	31	130
Universidad C	0	1	10	12	8	31
Universidad D	1	4	15	10	2	32
Universidad E	0	1	11	11	7	30
Universidad F	0	0	12	16	6	34
Universidad G	0	4	13	19	1	37
Universidad H	0	1	15	9	9	34
Universidad I	0	0	13	13	6	32
Universidad J	0	0	15	18	4	37
Universidad K	0	3	13	12	2	30
	6	37	229	219	93	584

Usted puede identificar fácilmente al personal responsable del servicio que requiere

Tabla 64
Usted puede identificar fácilmente al personal responsable del servicio que requiere

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	18	3,1	3,1	3,1
2	39	6,7	6,7	9,8
3	185	31,7	31,8	41,7
4	220	37,7	37,9	79,5
5	119	20,4	20,5	100,0
Total	581	99,5	100,0	
Sistema	3	,5		
	584	100,0		

Análisis: Los estudiantes encuestados se sienten satisfechos con la forma en que se ha comunicado las funciones del personal con un 58,4% y el 9,8% se encuentra insatisfecho.

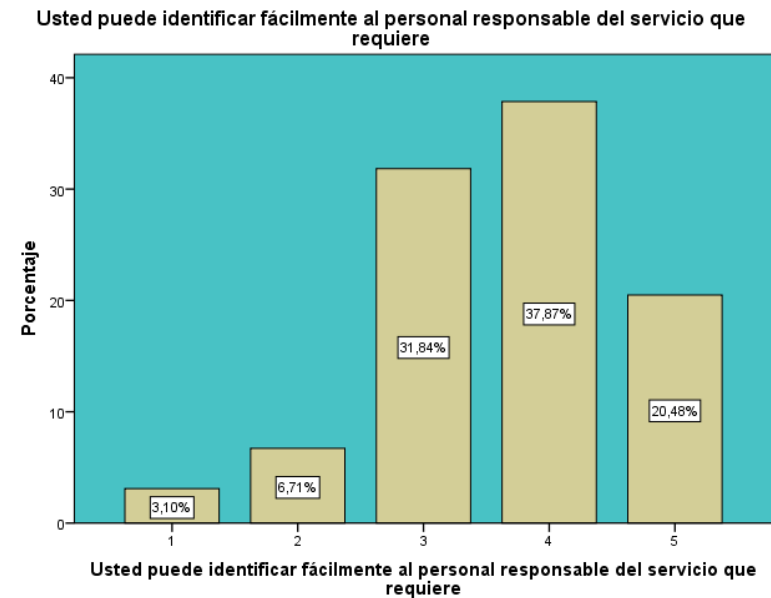


Figura 35 Usted puede identificar fácilmente al personal responsable del servicio que requiere

Tabla 65
Tabla cruzada usted puede identificar fácilmente al personal responsable del servicio que requiere

	Usted puede identificar fácilmente al personal responsable del servicio que requiere					Total
	1	2	3	4	5	
Universidad A	12	19	58	38	28	155
Universidad B	4	5	35	55	30	129
Universidad C	0	0	8	15	8	31
Universidad D	0	6	7	14	5	32
Universidad E	0	2	10	13	5	30
Universidad F	0	0	10	14	10	34
Universidad G	1	2	14	18	2	37
Universidad H	0	0	8	13	13	34
Universidad I	1	1	8	15	7	32
Universidad J	0	1	11	17	8	37
Universidad K	0	3	16	8	3	30
	18	39	185	220	119	581

Servicios importantes

Tabla 66
Servicios importantes

Servicios	Frecuencia	Porcentaje
Limpieza de las instalaciones	124	9,8
Adecuación de las instalaciones	145	11,4
Equipos tecnológicos	49	3,9
Apariencia y funcionamiento de los medios de información	20	1,6
Seguridad de las instalaciones	56	4,4
Disponibilidad de estacionamientos	61	4,8
Acceso al internet	87	6,8
Servicio médico	62	4,9
Servicio de fotocopiado	26	2,0
Servicios bibliotecarios	81	6,4
Atención por parte del personal administración y de apoyo	162	12,7
Atención por parte de las autoridades	76	6,0
Gestión de trámites de las autoridades	53	4,2
El personal administrativo presta el servicios sin errores y la primera	17	1,3
La información proporcionada es oportuna y confiable	23	1,8
Sus peticiones se realizan rápidamente	14	1,1
Rapidez con que sus quejas y reclamos son atendidas	59	4,6
La atención del personal tanto administrativo (..) forma eficaz y en un tiempo justo	33	2,6
El personal de la institución muestra respeto, educación y amabilidad a la hora de atenderlo	29	2,3
Usted considera que el personal está capacitado para desempeñar sus funciones	15	1,2
Considera que el horario de atención está acorde a sus necesidades	37	2,9
Usted siente que las personas encargadas a la atención de sus necesidades son las suficientes.	19	1,5
La forma en que se transmite la información es clara y por los medios adecuados	19	1,5
Usted puede identificar fácilmente al personal responsable del servicio que requiere	4	0,3
Total	1271	100,0

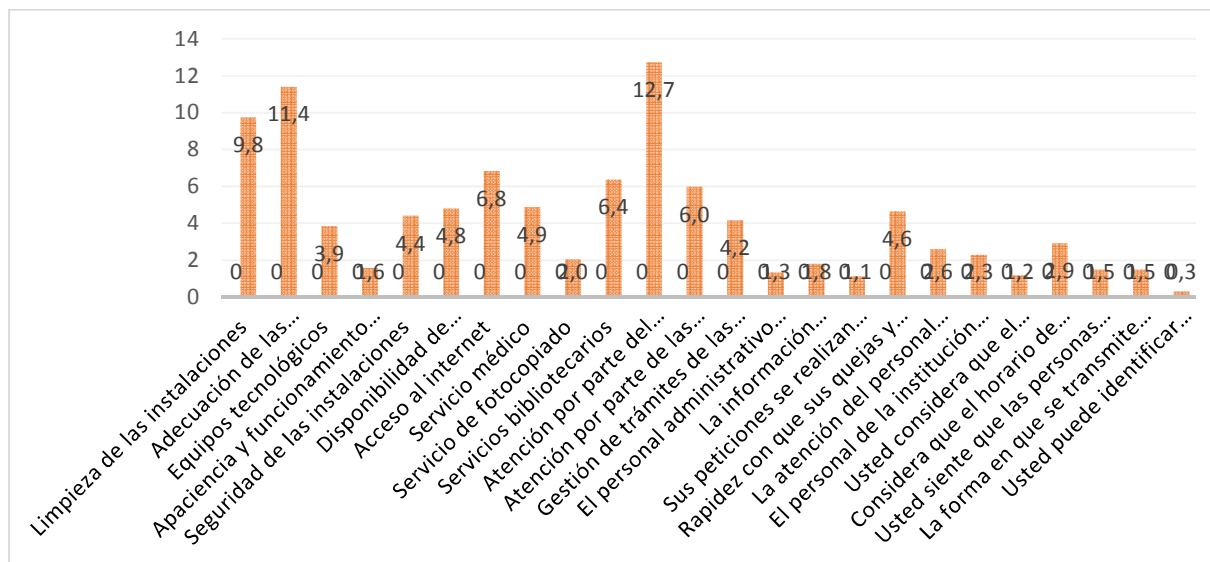


Figura 36 Servicios

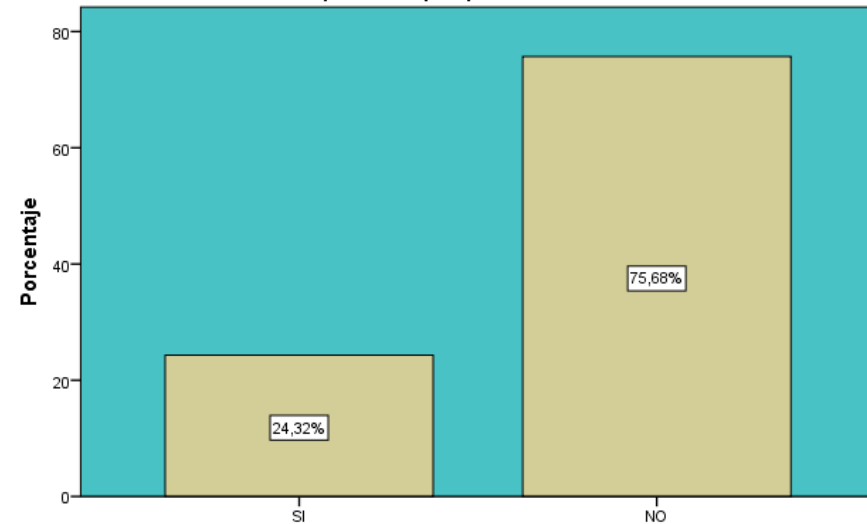
Análisis Se concluye que los servicios más importantes para los estudiantes son: la limpieza y adecuación de las instalaciones, la atención por parte del personal administrativo y autoridades, la gestión de trámites institucionales y la rapidez con que las quejas y reclamos son atendidas.

Sugerencia

Tabla 67
Sugerencia

Basándose en su experiencia, ¿Considera usted que existe un aspecto que no se ha detallado en esta encuesta al que se le debería prestar mayor atención o debería ser implantado por parte de la institución?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	142	24,3	24,3	24,3
NO	442	75,7	75,7	100,0
Total	584	100,0	100,0	

Basándose en su experiencia, ¿Considera usted que existe un aspecto que no se ha detallado en esta encuesta al que se le debería prestar mayor atención o debería ser implantado por parte de la institución?



Basándose en su experiencia, ¿Considera usted que existe un aspecto que no se ha detallado en esta encuesta al que se le debería prestar mayor atención o debería ser implantado por parte de la institución?

Figura 37 Sugerencia

4.1.2.3. Análisis de hipótesis mediante pruebas estadísticas

Para determinar el cruce de variables se realizó el análisis correspondiente a las correlaciones de las mismas dando como resultado lo siguiente:

Tabla 69
Correlaciones

		Limpieza	Instalaciones	Equipos tecnológicos	Medios de comunicación	Seguridad de las instalaciones	Estacionamientos	Internet	Servicio médico	Servicio de fotocopiado	Servicios bibliotecarios	Personal administrativo y de apoyo	Autoridades	Gestión de trámites	Servicios sin errores	Información oportuna
Limpieza	Correlación de Pearson	1	,409**	,328**	,372**	,270**	,189**	,226**	,237**	,290**	,270**	,267**	,221**	,230**	,203**	,238**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	584	583	584	583	581	581	584	584	584	584	584	584	584	584	584
Adecuación de las instalaciones	Correlación de Pearson	,409**	1	,388**	,454**	,325**	,254**	,265**	,303**	,303**	,364**	,251**	,274**	,263**	,247**	,276**
	Sig. (bilateral)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	583	583	583	582	580	580	583	583	583	583	583	583	583	583	583
Equipos tecnológicos	Correlación de Pearson	,328**	,388**	1	,435**	,376**	,286**	,345**	,407**	,391**	,422**	,342**	,372**	,372**	,289**	,410**
	Sig. (bilateral)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	584	583	584	583	581	581	584	584	584	584	584	584	584	584	584
Apaciencia y funcionamiento de los medios de información	Correlación de Pearson	,372**	,454**	,435**	1	,434**	,318**	,322**	,388**	,373**	,417**	,341**	,325**	,256**	,312**	,371**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	583	582	583	583	580	580	583	583	583	583	583	583	583	583	583
Seguridad de las instalaciones	Correlación de Pearson	,270**	,325**	,376**	,434**	1	,554**	,339**	,340**	,366**	,384**	,403**	,340**	,351**	,339**	,485**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	581	580	581	580	581	579	581	581	581	581	581	581	581	581	581
Disponibilidad de estacionamientos	Correlación de Pearson	,189**	,254**	,286**	,318**	,554**	1	,393**	,355**	,347**	,365**	,341**	,333**	,380**	,270**	,380**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	581	580	581	580	579	581	581	581	581	581	581	581	581	581	581
Acceso al internet	Correlación de Pearson	,226**	,265**	,345**	,322**	,339**	,393**	1	,585**	,514**	,373**	,395**	,395**	,328**	,303**	,300**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	584	583	584	583	581	581	584	584	584	584	584	584	584	584	584
Servicio médico	Correlación de Pearson	,237**	,303**	,407**	,388**	,340**	,355**	,585**	1	,586**	,464**	,409**	,453**	,415**	,369**	,405**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	584	583	584	583	581	581	584	584	584	584	584	584	584	584	584
Servicio de fotocopiado	Correlación de Pearson	,290**	,303**	,391**	,373**	,366**	,347**	,514**	,586**	1	,533**	,425**	,477**	,430**	,394**	,403**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	584	583	584	583	581	581	584	584	584	584	584	584	584	584	584
Servicios bibliotecarios	Correlación de Pearson	,270**	,364**	,422**	,417**	,384**	,365**	,373**	,464**	,533**	1	,427**	,419**	,404**	,374**	,461**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1. Propuesta de plan estratégico de comunicación interna

5.1.1. Introducción

La propuesta pretende enmarcar una serie de elementos con los que se pueda mejorar los procesos administrativos y demás, objeto de la investigación, y que representan para el alumnado una parte importante en su vida universitaria. Este plan busca dar a conocer a las autoridades de las universidades encuestadas, estrategias que puedan ayudarlos en prestar servicios de mayor calidad y a menor costo.

Una vez analizados los resultados de la encuesta, se pudo identificar que en su mayoría los estudiantes se encuentran satisfechos con los servicios que reciben, pero también existen falencias en la prestación de los mismos lo que hace que existan estudiantes insatisfechos, es por esto que se pretende reducir dicha inconformidad implementando algunos cambios.

Para lo cual se sugieren estrategias con las que se pueda interactuar entre las diferentes áreas y la comunidad universitaria con el objetivo de facilitar la comunicación y evitar la inconformidad por falta de información por parte de los estudiantes. El propósito es prestar la información oportuna y de forma más eficiente se de conocer la opinión de los estudiantes.

Desde este punto de vista, se considera necesario analizar los medios más competentes para ser utilizados en el proceso comunicativo interno, apoyándose de la tecnología para conseguir un resultado más efectivo.

5.1.2. Objetivos

5.1.2.1. Objetivo general

Fomentar la cultura de servicio al cliente en todas las áreas de la Institución.

5.1.2.2. Objetivos estratégicos

- Mejorar los servicios administrativos de la institución.

- Identificar mecanismos de comunicación interno que permitan a cada área interactuar con los estudiantes.
- Crear herramientas internas que se encuentren al alcance de la comunidad estudiantil para conocer sus necesidades o sugerencias.
- Optimizar el manejo de información que se forma en los diferentes departamentos, con el objetivo de generar la interacción rápida y eficaz entre los alumnos y el personal docente y administrativo.

5.1.3. Estrategias

Estrategia 1: Generación de la cultura de servicio en las IES

Objetivo: Crear una cultura enfocada en la satisfacción de la comunidad universitaria.

Actividades:

1. **Comunicar la misión, visión y objetivos de las institución:** con el objetivo de crear una cultura acorde a la organización y conozcan hacia donde se desea llegar.
2. **Analizar los reclamos de los estudiantes y proponer soluciones en equipo:** colocar al personal a cargo de la atención al cliente en contacto con los problemas y analizar las posibles soluciones.
3. **Diseñar un sistema de evaluación continuo:** con el objetivo de constatar las buenas prácticas administrativas y de atención hacia la comunidad universitaria.
4. **Capacitar constantemente a todo el personal de la institución:** sobre las mejores prácticas de atención y satisfacción del cliente.

Estrategia 2: Crear alianzas con diferentes empresas o instituciones

Objetivo: Mejorar los servicios administrativos por medio de alianzas, con el fin de disminuir las inversiones y aumentar las opciones de los estudiantes.

Actividades:

1. **Crear alianzas con bibliotecas de otras instituciones:** de esta manera se busca mejorar el catálogo de libros y cubrir con las necesidades académicas de los alumnos.
2. **Subcontratar parqueaderos cercanos a las instituciones:** con el objetivo de satisfacer la mayor cantidad de estudiantes, que no disponen de estacionamiento dentro de las instalaciones.
3. **Establecer negociaciones con las cadenas de comida:** para que se instalen dentro de la institución y proporcionar variedad en la alimentación.
4. **Formar alianzas con las marcas de copiadoras:** gracias a esto se busca que marcas como Xerox, ingresen a la institución prestando su servicio donde obtendrán una remuneración económica y la universidad podrá prestar un servicio de calidad a los estudiantes.
5. **Establecer convenios con centros de salud:** donde los estudiantes y personal de la universidad puedan realizarse chequeos con descuentos.

Estrategia 3: Utilizar las herramientas de comunicación como plataforma para mejorar la atención

Objetivo: Fomentar el uso de los diferentes medios de comunicación interno de la institución para disminuir la inconformidad estudiantil

Actividades:

1. **Realizar encuestas de satisfacción:** por medio de la página web de la universidad dentro del portal utilizado por los estudiantes.
2. **Comunicar los resultados de las encuestas:** de esta forma se busca que toda la comunidad universitaria tenga conocimiento de los mismos y el trato que se le está dando a esta información.
3. **Establecer un buzón de sugerencias en la página web de cada departamento:** con el objetivo de conocer la opinión de los usuarios y así poder establecer soluciones.

Estrategia 4: Usar la tecnología como instrumento de comunicación

Objetivo: Mejorar la comunicación

Actividades:

- 1. Diseñar una App institucional:** donde se publique información importante y se utilizar para la aplicación de las estrategias anteriores.

5.1.4. Presupuesto

La asignación del presupuesto solo toma en cuenta la capacitación mientras lo demás no necesita de una inversión, debido a que estas instituciones cuentan con personal capacitado en los diferentes departamentos, quienes son capaces de realizar estas actividades perfectamente.

Tabla 70
Matriz plan de comunicación interno

Estrategia	Actividades	Objetivo	Meta	Público	Materiales/Medios	Características	Indicadores de Verificación	Indicadores de Impacto	Presupuesto	Plazo	Responsables
Generación de la cultura de servicio en las IES	Comunicar la misión, visión y objetivos de las institución	Dar a conocer hacia donde se desea llegar como institución	100% personal conozcan la cultura corporativa	Toda la institución	Cartelera, página web y redes sociales	Se colocará la misión, visión y objetivos en áreas de afluencia de personas, en las entradas de cada departamento, en la página web y redes sociales.	Contenido de la filosofía corporativa	Evaluación sobre la filosofía corporativa	\$ -	Permanente	Personal designado por autoridades
	Capacitar al personal sobre los conceptos claves en atención al cliente	Contar con un personal preparado y con los conocimientos necesarios	100% personal capacitado	Funcionarios de la institución	Instalaciones de la institución	Realizar capacitaciones sobre temas relacionados a la atención y servicio al cliente de forma online y presencial	Número de capacitaciones	Número de participantes	\$ 2.166,00	Semestral	Capacitadores contratados
	Diseñar un sistema de evaluación continuo	Mejorar la eficiencia en la atención y cumplimiento de responsabilidades	Resultados favorables en las evaluaciones	Funcionarios de la institución	Página web	Realizar encuestas a los estudiantes por medio del portal estudiantil, el cual está ubicado en la página web de la universidad	Número de participantes	Número de encuestas	\$ -	Permanente	Unidad de talento humano
	Analizar los reclamos de los estudiantes y proponer soluciones en equipo	Crear conciencia en el personal sobre las falencias administrativas y sus posibles soluciones	100% estudiantes satisfechos	Funcionarios de la institución	Instalaciones de la institución	Se realizará sesiones de grupo por departamento cada viernes al finalizar la jornada para analizar los reclamos y encontrar soluciones.	Número de reuniones	Encuestas de satisfacción estudiantil	\$ -	Permanente	Jefe de cada departamento
Crear alianzas con diferentes empresas o instituciones	Crear alianzas con bibliotecas de otras instituciones	Mejorar el servicio bibliotecario y cubrir las necesidades de los estudiantes	Instituciones de educación aliadas	Estudiantes	Reuniones o eventos	Crear alianzas con otras instituciones de educación superior para que se permita uso de los servicios bibliotecarios a los estudiantes	Número de instituciones	Número de estudiantes atendidos	\$ -	Permanente	Departamento académico
	Subcontratar parqueaderos cercanos a las instituciones	Satisfacer a la mayor cantidad de estudiantes que no cuentan con estacionamiento dentro de las instalaciones	Disminuir los vehículos estacionados fuera de las instalaciones	Toda la institución	Reuniones o eventos	Subcontratar parqueaderos para el personal y estudiantes que deseen pagar por el servicio de estacionamiento cerca de la universidad	Número de parqueaderos	Número de vehículos	\$ -	Permanente	Departamento administrativo
	Establecer negociaciones con las cadenas de comida	Mejorar la alimentación dentro de la institución	Satisfacción estudiantil	Toda la institución	Reuniones o eventos	Solicitar la colaboración de una marca de comida que desee prestar a la organización su servicio a cambio de la remuneración económica que supone dicha alianza	Personal de la institución interesado	Número de participantes	\$ -	Permanente	Departamento administrativo
	Formar alianzas con las marcas de copadoras	Prestar un servicio de fotocopiado de calidad	Convenio con una marca de copadoras	Toda la institución	Reuniones o eventos	Solicitar la colaboración de una marca de copadoras que desee prestar a la organización su servicio a cambio de la remuneración económica que supone dicha alianza	Personal de la institución interesado	Número de participantes	\$ -	Permanente	Departamento administrativo
	Establecer convenios con centros de salud	Cuidar de la salud de los miembros de la universidad	Alianza con centros de salud	Toda la institución	Reuniones o eventos	Gestionar la asistencia de diferentes grupos de salud donde los miembros de la institución puedan realizarse chequeos médicos con algún tipo de descuento y se pueda acudir en caso de emergencias	Personal de la institución interesado	Número de personas atendidas	\$ -	Permanente	Departamento administrativo
Utilizar las herramientas de comunicación como plataforma para mejorar la atención	Realizar encuestas de satisfacción y comunicar los resultados	Conocer la opinión de los estudiantes con respecto a los servicios administrativos y académicos, manteniendo una filosofía de transparencia con toda la comunidad universitaria	100% ingresen e interactúen en la encuesta	Toda la institución	Página Web	Realizar periódicamente encuestas de satisfacción hacia los estudiantes que son los principales beneficiarios de los servicios ofertados por la universidad e informar los resultados de las investigaciones	Número de datos obtenidos	Número de respuestas	\$ -	Permanente	Jefes de cada departamento/ Unidad de tecnologías de la Información
	Mantener la página web actualizada	Generar un sitio web de contenidos actualizados, con información oportuna y relevante	100% ingresen e interactúen en la página	Toda la institución	Página Web	Actualizar constantemente la información en la página web, con la finalidad de transmitir a los estudiantes los cambios o reajustes oportunamente	Contenido	Número de visitas	\$ -	Permanente	Jefes de cada departamento/ Unidad de tecnologías de la Información
	Establecer un buzón de sugerencias en la página web de cada departamento	Recibir las observaciones y sugerencias que realice cualquiera de los usuarios de la universidad	100% ingresen e interactúen	Toda la institución	Página Web	Por medio de un buzón de sugerencias virtual comprender la forma en la que los consumidores desean recibir los servicios	Número de casos analizados	Informe	\$ -	Permanente	Jefes de cada departamento/ Unidad de tecnologías de la Información
Usar la tecnología como instrumento de comunicación	Diseñar una App institucional	Facilitar la comunicación de los colectivos de la Universidad (Profesores, estudiantes, o personal administrativo y de apoyo)	100% usuarios de la aplicación	Toda la institución	Aplicación móvil	Mediante el uso de una aplicación móvil simplificar los procesos y favorecer la comunicación	Número de publicaciones	Descargas	\$ -	Permanente	Unidad de tecnologías de la información
TOTAL DEL PRESUPUESTO									\$		2.166,00

5.2. Conclusiones y recomendaciones

5.2.1. Conclusiones

- Para realizar la investigación, se formuló un marco teórico que permitió establecer lineamientos, bases y fundamentos para el desarrollo de la misma, así como estudios relacionados que sirvieron de ejemplo para realizar un mejor trabajo.
- Conforme a las teorías sobre satisfacción estudiadas se concluye que se puede analizar mediante diferentes metodologías, sin embargo el modelo que se consideró para la investigación es el Modelo SERVPERF y con el que se pudo identificar la opinión de los estudiantes referente a los servicios que reciben por parte de las universidades privadas a las que pertenecen, los que consideran más importante y las recomendaciones que hacen para mejorar el desempeño de las Instituciones.
- A través del estudio realizado se concluye que los servicios más comunes en una universidad son servicios administrativos como: trámites instruccionales, inscripciones o matriculas, servicios bibliotecarios, servicio médico, fotocopias, estacionamiento, entre otros. De los resultados se aprecia que la limpieza y adecuación de las instalaciones, la atención por parte del personal administrativo y autoridades, la gestión de trámites institucionales y la rapidez con que las quejas y reclamos son atendidas, son para los estudiantes los más importantes.
- Del análisis de satisfacción se encuentra que los estudiantes evalúan los servicios que han recibido como aceptables, puesto que el promedio general es 3,51 lo que no refleja satisfacción, de acuerdo a la escala de medición presentada, donde la calificación se encuentra en ni satisfecho, ni insatisfecho.

5.2.2. Recomendaciones

- Es importante que en toda Institución Universitaria ya sea pública o privada se aplique periódicamente un cuestionario de satisfacción a sus estudiantes, con el fin de verificar el correcto funcionamiento de la institución y poder corregir las deficiencias que se encuentren, de esta manera se puede generar propuestas que permitan incrementar la satisfacción estudiantil a nivel general.
- La presente investigación no puede concluir que exista una diferencia significativa entre la satisfacción de los estudiantes del sector privado y los que pertenecen al sector público por lo cual se recomienda realizar un estudio de satisfacción con las Universidades Publicas para conocer el estado de las mismas en relación a nivel administrativo y efectuar un análisis comparativo con las universidades privadas, para así conocer mediante información la situación de las mismas.
- Se recomienda considerar la propuesta realizada en el presente estudio para así contribuir con el mejoramiento de los servicios institucionales y elevar la satisfacción estudiantil.

BIBLIOGRAFÍA

Vilalta Alonso, J. A. (2004). Modelo para la Gestión de la Calidad. *Convención Científica de Ingeniería y Arquitectura*.

(CEAACES), C. d. (2015). Modelo Genérico de Evaluación del Entorno de Aprendizaje de Carreras Presenciales y Semipresenciales de las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador . Quito.

Alcaldia, Q. (s.f.). *Quito Alcaldia* . Obtenido de <http://www.quito.gob.ec/>

Álvarez Botello, J., Chaparro Salinas, E. M., y Reyes Pérez, D. E. (2015). Estudio de la Satisfacción de los Estudiantes con los Servicios Educativos brindados por Instituciones de Educación Superior del Valle de Toluca. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 13(2), 5-26.

Alves, H., y Raposo Mário. (2005). LA MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA: EL EJEMPLO DE LA UNIVERSIDAD DA BEIRA INTERIOR. *International Review on Public and Nonprofit Marketing* , 1-15.

Becerril, F. R. (1997). *Ciencia, metodología e investigación*. México: Pearson. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=m6PGnYBaW2oC&pg=PA263&dq=tipo+de+informacion+en+una+investigaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0CCUQ6AEwAWoVChMIrKCwnNySyAIVBVweCh0c8QYz#v=onepage&q=tipo%20de%20informacion%20en%20una%20investigaci%C3%B3n&f=false>

Botero, M. M., y Peña, P. (09 de 2006). Calidad en el Servicio: El Cliente Incógnito. *Suma Psicológica*, 13(2), 217-228.

Carmona, L., y Leal, M. (1998). LA TEORÍA DE LOS DOS FACTORES EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 4(1), 53-80.

Colmenare , O., y Saavedra, J. (octubre/diciembre de 2007). *Aproximación teórica de los modelos conceptuales*. Obtenido de Técnica Administrativa: <http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm>

Crespo Ramos , T., López Yepes, J., Peña Alcaraz, J., y Carreño Sandoval, F. (2003). *Administración de Empresas* (Vol. II). Madrid: MAD S.L.

Elizagarate Ubis, F., Larrañaga Lesaca, J. M., y Rio Belver, R. M. (2010). ISO 9001:2008 y la investigación de la satisfacción del cliente. *4th International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management* (págs. 1234-1239). Donostia- San Sebastián: XIV Congreso de Ingeniería de Organización.

Esteban, I. G. (2005). *Marketing de los Servicios* (Cuarta Edición ed.). Madrid: ESIC.

Esteban, I. G., y Fernández, E. A. (2009). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid: ESIC EDITORIAL. Obtenido de https://books.google.es/books?id=weE5d_DNAUsC&pg=PA60&dq=tipo+de+informacion+primaria+y+secundaria%C2%A8&hl=es&sa=X&ved=0CB8Q6AEwAGoVChMIof_sl92SyAIVRxUeCh2H5QS7#v=onepage&q=tipo%20de%20informacion%20primaria%20y%20secundaria%C2%A8&f=false

Fernández Enguita, M. (28 de 04 de 2008). Escuela pública y privada en España: La segregación rampante. *Profesorado Revista de curriculum y formación del profesorado*.

Fernández Ziegler, R. (2003). *Planificación y Control de Gestión*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad de Quilmes.

foresecuador.ec. (2015). *foresecuador.ec*. Obtenido de Concepto de Plan Nacional para el Buen Vivir - Foros Ecuador: <http://www.foresecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/3191-concepto-de-plan-nacional-para-el-buen-vivir>

Gento Palacios, S., y Vivas García, M. (09 de 2003). El SEUE: un instrumento para conocer la satisfacción de los universitarios con su educación. *Acción Pedagógica*, 12(2).

González Bolea, L., Carmona Calvo, M. Á., y Rivas Zapata, M. Á. (2008). *Guía para la medición directa de la satisfacción de los clientes*. EGONDI ARTES GRÁFICAS S.A.

Gosso, F. (2008). *Hipersatucción del Cliente* (Primera Edición ed.). México, DF: Panorama.

Ibarra Morales , L. E., y Casas Medina, E. V. (04 de 07 de 2014). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60(1), 229-260.

J. Joseph Cronin, J., y Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58, 125-131.

Jiménez González, A., Terriquez Carrillo, B., & Robles Zepeda, F. J. (2011). Evaluación de la satisfacción académica de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nayarit. *Artículos de Divulgación*, 46-56.

Kaiser, H. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 31-36.

Kanuk, L. L., y Schiffman, L. G. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. México: Pearson. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=Wqj9hlxqW-IC&pg=PA121&dq=teorías+del+consumidor&hl=es&sa=X&ved=0CB8Q6AEwAGoVChMIk9mC-OeSyAIVwnUeCh1wLgHH#v=onepage&q=teor%C3%ADas%20del%20consumidor&f=false>

López Martínez, D. (2014). La calidad en los servicios y gestión de las Universidades. *R.V.A.P.*, 1937-1947.

Maqueda Lafuente, J., y Llaguano Musons, J. I. (1995). *Marketing estratégico para empresas de servicios*. Madrid: Diaz de Santos, S.A.

Mejías , A., y Masrtínez Domelis. (2009). Desarrollo de un Instrumento para Medir la Satisfacción Estudiantil en Educación Superior. *Docencia Universitaria*, 10(2).

Miranda Gonzáles , F., Chamorro Mera, A., y Rubio Lacoba , S. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad* (Primera edición ed.). Madrid: Delta Publicaciones .

Namakforoosh, M. N. (2005). *Metodología de la Investigación* (Segunda Edición ed.). México: Limusa C.A.

Oliver, R. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *American Marketing Association*, 17(4), 460-469. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/3150499>

Pérez Zamora, L., López López, M., Couto Olivares , J., y Navarro Luque , G. (2012). ¿DEPENDE LA SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL DE LA CALIDAD REAL DE LA FACULTAD O DE LA PERCEPCIÓN INDIVIDUAL DE ESTÁ? ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE FACULTADES PRIVADAS Y PÚBLICAS. *Reidocrea. Revista electrónica de Investigación Docencia Creativa*, 1, 29-37.

Prieto, B. (2001). *Atención al cliente*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Sangüesa , M., Ilzarde, L., y Dueñas, R. M. (2006). *Teoría y Práctica de la Calidad*. Madrid: Thonsom Ediciones Paraninfo, S.A.

Superior), C. (. (s.f.). CES. Obtenido de http://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Extracto_informe_CONEA.pdf

Tumino, M. C., y Poitevin, E. R. (12 de 12 de 2013). Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes: caso de estudio. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 12(2), 63-84.

Ureña Peralta, M. O., Dueñas Dávila , A., Ortiz, J. A., Bojorquez Córdova, R. H., y Paredes Castro, C. (2008). *PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA UNIVERSIDAD PERUANA*. Lima: Asamblea Nacional de Rectores.

Yzaguirre Peralta, L. E. (2005). Calidad educativa e ISO 9001-2000 en México. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 3(1), 421-431.

Vilalta Alonso, J. A. (2004). Modelo para la Gestión de la Calidad. *Convención Científica de Ingeniería y Arquitectura*.

(CEAACES), C. d. (2015). Modelo Genérico de Evaluación del Entorno de Aprendizaje de Carreras Presenciales y Semipresenciales de las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador . Quito.

Alcaldía, Q. (s.f.). *Quito Alcaldía* . Obtenido de <http://www.quito.gob.ec/>

Álvarez Botello, J., Chaparro Salinas, E. M., y Reyes Pérez, D. E. (2015). Estudio de la Satisfacción de los Estudiantes con los Servicios Educativos brindados por Instituciones de Educación Superior del Valle de Toluca. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 13(2), 5-26.

Botero, M. M., y Peña, P. (09 de 2006). Calidad en el Servicio: El Cliente Incógnito. *Suma Psicológica*, 13(2), 217-228.

Colmenare , O., y Saavedra, J. (octubre/diciembre de 2007). *Aproximación teórica de los modelos conceptuales*. Obtenido de Técnica Administrativa: <http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm>

Consumidor, P. d. (27 de Julio de 2012). *Portal del Consumidor* . Obtenido de http://www.consumidor.gob.mx/wordpress/?page_id=8702

Elizagarate Ubis, F., Larrañaga Lesaca, J. M., y Rio Belver, R. M. (2010). ISO 9001:2008 y la investigación de la satisfacción del cliente. *4th International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management* (págs. 1234-1239). Donostia- San Sebastián: XIV Congreso de Ingeniería de Organización.

Fernández Enguita, M. (28 de 04 de 2008). Escuela pública y privada en España: La segregación rampante. *Profesorado Revista de curriculum y formación del profesorado*.

Fernández Ziegler, R. (2003). *Planificación y Control de Gestión*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad de Quilmes.

foresecuador.ec. (2015). *foresecuador.ec*. Obtenido de Concepto de Plan Nacional para el Buen Vivir - Foros Ecuador: <http://www.foresecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/3191-concepto-de-plan-nacional-para-el-buen-vivir>

Gento Palacios, S., y Vivas García, M. (09 de 2003). El SEUE: un instrumento para conocer la satisfacción de los universitarios con su educación. *Acción Pedagógica*, 12(2).

González Bolea, L., Carmona Calvo, M. Á., y Rivas Zapata, M. Á. (2008). *Guía para la medición directa de la satisfacción de los clientes*. EGONDI ARTES GRÁFICAS S.A.

Gosso, F. (2008). *Hipersaticción del Cliente* (Primera Edición ed.). México, DF: Panorama.

Ibarra Morales , L. E., y Casas Medina, E. V. (04 de 07 de 2014). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60(1), 229-260.

J. Joseph Cronin, J., y Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58, 125-131.

Jiménez González, A., Terriquez Carrillo, B., y Robles Zepeda, F. J. (2011). Evaluación de la satisfacción académica de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nayarit. *Artículos de Divulgación*, 46-56.

Kaiser, H. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 31-36.

López Martínez, D. (2014). La calidad en los servicios y gestión de las Universidades. *R.V.A.P.*, 1937-1947.

Maqueda Lafuente, J., y LLAGUANO Musons, J. I. (1995). *Marketing estratégico para empresas de servicios*. Madrid: Diaz de Santos, S.A.

Mejías , A., y Masrtínez Domelis. (2009). Desarrollo de un Instrumento para Medir la Satisfacción Estudiantil en Educación Superior. *Docencia Universitaria*, 10(2).

Miranda Gonzáles , F., Chamorro Mera, A., y Rubio Lacoba , S. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad* (Primera edición ed.). Madrid: Delta Publicaciones .

Namakforoosh, M. N. (2005). *Metodología de la Investigación* (Segunda Edición ed.). México: Limusa C.A.

Oliver, R. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *American Marketing Association*, 17(4), 460-469. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/3150499>

Pérez Zamora, L.A., López López, M.C, Couto Olivares, J.M., & Navarro Luque, G. (2012). ¿DEPENDE LA SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL DE LA CALIDAD REAL DE LA FACULTAD O DE LA PERCEPCIÓN INDIVIDUAL DE ESTA? ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE FACULTADES PRIVADAS Y PÚBLICAS. *Universidad de Granada*, 29-37.

Prieto, B. (2001). *Atención al cliente*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Sangüesa, M., Ilzarde, L., & Dueñas, R. M. (2006). *Teoría y Práctica de la Calidad*. Madrid: Thonsom Ediciones Paraninfo, S.A.

Tumino, M. C., & Poitevin, E. R. (12 de 12 de 2013). Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes: caso de estudio. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 12(2), 63-84.

Yzaguirre Peralta, L. E. (2005). Calidad educativa e ISO 9001-2000 en México. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 3(1), 421-431.

Becerril, F. R. (1997). *Ciencia, metodología e investigación*. México: Pearson. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=m6PGnYBaW2oC&pg=PA263&dq=tipo+de+informacion+en+una+investigaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0CCUQ6AEwAWoVChMIrKCwnNySyAIVBVweCh0c8QYZ#v=onepage&q=tipo%20de%20informacion%20en%20una%20investigaci%C3%B3n&f=false>

Esteban, I. G., y Fernández, E. A. (2009). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid: ESIC EDITORIAL. Obtenido de https://books.google.es/books?id=weE5d_DNAUsC&pg=PA60&dq=tipo+de+informacion+primaria+y+secundaria%C2%A8&hl=es&sa=X&ved=0CB8Q6AEwAGoVChMIof_sl92SyAIVRxUeCh2H5QS7#v=onepage&q=tipo%20de%20informacion%20primaria%20y%20secundaria%C2%A8&f=false

Kanuk, L. L., y Schiffman, L. G. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. México: Pearson. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=Wqj9hlxqW-IC&pg=PA121&dq=teorías+del+consumidor&hl=es&sa=X&ved=0CB8Q6AEwAGoVChMIk9mC-OeSyAIVwnUeCh1wLgHH#v=onepage&q=teor%C3%ADas%20del%20consumidor&f=false>

Superior), C. (. (s.f.). CES. Obtenido de http://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Extracto_informe_CONEA.pdf

CEAACES. (2013). Categorización de Universidades. Obtenido de <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/categorizacion-de-universidades/>

César Anchundia Ayala, J. S. (2003). Nivel de satisfacción de los estudiantes universitarios frente a los servicios que prestan las universidades a la comunidad estudiantil: Caso Guayaquil.

Esteban, I. G. (2005). *Marketing de los Servicios*. Madrid: ESIC EDITORIAL. Obtenido de https://books.google.es/books?id=qTBg-oZ6WcYC&pg=PA336&dq=servicio+concepto&hl=es&sa=X&ved=0CDMQ6AEwBGoVChMI_uW8yL36xwIVSyweCh0itQrv#v=onepage&q=servicio%20concepto&f=false

Kotler, P. (1995). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación. Obtenido de https://books.google.es/books?id=sLJXV_z8XC4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false

Malhotra, N. K. (México). *Investigación de Mercados*. 2008: Pearson Educación.

Peñaherrera, L. C. (2014). *Informe de Gestión, Secretaría Nacional de Gestión Pública*. Obtenido de <http://www.administracionpublica.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/Informe-fin-de-gesti%C3%B3n-Cristian-Castillo.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México: Mc Graw Hill Educación. Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacioni%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

ANEXOS