



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS,
EMPRESARIALES Y PEDAGOGICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
MARKETING ESTRATÉGICO**

T E S I S

**SATISFACCIÓN DE ESTUDIANTES POR EL SERVICIO ADMINISTRATIVO EN
LA UNIVERSIDAD “JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI”. MOQUEGUA 2019.**

PRESENTADA POR

BACH. MARÍA ELENA BALDÁRRAGO FLORES

ASESOR

M.Sc. GUIDO ROJAS RAMOS

PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE

**LICENCIADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y MARKETING
ESTRATÉGICO**

MOQUEGUA – PERÚ

2020

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	<i>i</i>
PÁGINA DE JURADO	<i>ii</i>
DEDICATORIA.....	<i>iii</i>
AGRADECIMIENTOS.....	<i>iv</i>
ÍNDICE DE CONTENIDO	<i>v</i>
ÍNDICE DE TABLAS	<i>vii</i>
INDICE DE ABREVIATURAS.....	<i>ix</i>
RESUMEN.....	<i>x</i>
ABSTRACT.....	<i>xi</i>
INTRODUCCIÓN.....	<i>xii</i>
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	15
1.2 Definición del problema.....	18
1.3 Objetivos de la investigación.....	19
1.4 Justificación e importancia de la investigación.....	20
1.5 Variables. Operacionalización	21
1.6 Hipótesis de la investigación.....	23
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes de la investigación	25
2.2 Bases teóricas.....	28
2.3 Marco conceptual.....	37
CAPÍTULO III: MÉTODO	
3.1 Tipo de investigación.....	42
3.2 Nivel de investigación.....	42
3.3 Diseño de investigación.....	42
3.4 Población y muestra.....	42

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	45
3.6 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	45
 CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	
4.1 Presentación de resultados.....	47
4.2 Contratación de hipótesis.....	59
4.3 Discusión de resultados.....	64
 CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1 Conclusiones.....	68
5.2 Recomendaciones.....	70
 BIBLIOGRAFÍA.....	 72
ANEXOS	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Descripción	Pág.
Tabla 1:	Operacionalización de variables	23
Tabla 2:	Estudiantes de la facultad de Cs. Jurídicas, Empresariales y Pedagógicas 2019	43
Tabla 3:	Muestra Estudiantes de la facultad de Cs. Jurídicas, Empresariales y Pedagógicas 2019	45
Tabla 4:	Alfa de Cronbach para la variable satisfacción	47
Tabla 5:	Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores trato ético	48
Tabla 6:	Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores maltrato	49
Tabla 7:	Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores actitud	50
Tabla 8:	Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores confort	51
Tabla 9:	Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores calidad del servicio	52
Tabla 10:	Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores garantía del servicio	53
Tabla 11:	Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores cero riesgos, cero peligros y cero dudas	54
Tabla 12:	Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores velocidad en el servicio	55
Tabla 13:	Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores cumplimiento tiempo prometido	56
Tabla 14	Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores cambios en el servicio	57
Tabla 15	Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores mejora continua	58
Tabla 16	Prueba t student y nivel de significancia para contrastar que el nivel de significancia es satisfecho respecto al trato personal	59
Tabla 17	Prueba t student y nivel de significancia para contrastar que el nivel de significancia es satisfecho respecto a la atención personalizada	60

Tabla 18	Prueba t student y nivel de significancia para contrastar que el nivel de significancia es satisfecho respecto a la confiabilidad	61
Tabla 19	Prueba t student y nivel de significancia para contrastar que el nivel de significancia es satisfecho respecto a la seguridad	62
Tabla 20	Prueba t student y nivel de significancia para contrastar que el nivel de significancia es satisfecho respecto a los tiempos razonables	63
Tabla 21	Prueba t student y nivel de significancia para contrastar que el nivel de significancia es satisfecho respecto a la innovación	64

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

UJCM:	Universidad José Carlos Mariátegui
FCJEP:	Facultad de Ciencias Jurídicas, Empresariales y Pedagógicas
FUT:	Formulario de Trámite Único

RESUMEN

El trabajo de investigación intitulado “Satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo en la universidad “José Carlos Mariátegui”. Moquegua 2019”. Direcciona a plantear la interrogante a continuación: ¿Cuál es el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo de la UJCM, Moquegua 2019?, planteándose el siguiente objetivo: Determinar el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo de la UJCM de Moquegua 2019. En cuanto al método es de tipo básico, diseño no experimental, instrumento utilizado encuestas, respecto a la población y muestra, está conformada por estudiantes de la FCJEP de la UJCM Moquegua 2019, 2248 estudiantes y una muestra resultante de 288 estudiantes. En cuanto a sus resultados, frente a los indicadores que miden la variable investigada “*satisfacción*” encontramos que, para el indicador *trato ético* se muestran algo insatisfechos con un 53.23%, *maltrato* algo insatisfechos con el 49.87%, para el *trato y la sapiencia en la atención*, se tiene un promedio de 53.9% algo insatisfechos, *confort* con un 49.8% mostraron estar algo insatisfechos, *calidad del servicio* con un 49.2% se encuentran algo insatisfechos, *garantía del servicio* manifestaron estar algo insatisfechos con un 65.17%, *cero riesgos, cero-peligro y cero dudas* algo insatisfechos con un 45.65%, *velocidad en el servicio* el 56.8% manifestaron estar algo insatisfechos, *cumplimiento tiempo prometido* algo insatisfechos con un 70.65%, para *cambios en el servicio* manifestaron estar algo insatisfechos con un 57.63%, y para *mejora continua* manifestaron estar algo insatisfechos con un 66.2%, mostrando así resultados contundentes frente a la percepción del estudiante en la satisfacción por el servicio administrativo de la UJCM. Finalmente, en cuanto a la conclusión se determinó que el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo es algo satisfecho en la UJCM Moquegua en el año 2019 y respecto a su recomendación se adopte como política empresarial interna, satisfacer al estudiante en la calidad del servicio, y se tenga en consideración los resultados obtenidos de cada dimensión que han permitido medir la satisfacción del estudiante frente a la calidad de servicio que ofrece.

Palabras Clave: Satisfacción, servicio, ética, calidad, garantía, riesgo, duda, mejora continua.

ABSTRACT

The research work entitled "Student satisfaction with the administrative service at the José Carlos Mariátegui "university. Moquegua 2019. Directs to ask the following question: What is the level of student satisfaction with the UJCM administrative service, Moquegua 2019?, Setting the following objective: To determine the level of student satisfaction for the administrative service of the UJCM of Moquegua. 2019. Regarding the basic type method, non-experimental design, instrument used surveys, with respect to the population and sample, is made up of students from the FCJEP of the UJCM Moquegua 2019, 2248 students and a resulting sample of 288 students. Regarding its results, compared to the indicators that measure the investigated variable "satisfaction" that we found, for the indicator ethical treatment was found somewhat dissatisfied with 53.23%, mistreatment somewhat dissatisfied with 49.87%, for the treatment and the knowledge in the attention, it has an average of 53.9%, somewhat unsatisfied, comfort with 49.8%, being somewhat unsatisfied, quality of service with 49.2% is somewhat unsatisfied, guarantee of the service stated to be somewhat dissatisfied with 65.17%, zero risks, zero-danger and zero doubts somewhat dissatisfied with 45.65%, speed of service 56.8% manifested to be somewhat dissatisfied, compliance with promised time somewhat dissatisfied with 70.65%, for changes in service manifested to be somewhat dissatisfied with 57.63%, and to continuously improve manifested to be somewhat dissatisfied with 66.2%, thus showing strong results against the perception of the student in the satisfactory reaction by the administrative service of the UJCM. Finally, regarding the conclusion, the level of student satisfaction for the administrative service will be determined, it is satisfied at the UJCM Moquegua in 2019 and with respect to its recommendation, it will be adopted as an internal business policy, to satisfy the student in the quality of the service, and we must take into account the results obtained from each dimension that have allowed us to measure student satisfaction in relation to the quality of service offered.

Key Words: Satisfaction, service, ethics, quality, guarantee, risk, doubt, continuous improvement.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación, intitulado Satisfacción de Estudiantes por el Servicio Administrativo en la Universidad “José Carlos Mariátegui”. Moquegua 2019. Ha sido desarrollado en la Facultad de Ciencias Jurídicas Empresariales y Pedagógicas de la UJCM de la Provincia Mariscal Nieto, Región Moquegua, persiguiendo el objetivo de Determinar el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo de la universidad José Carlos Mariátegui de Moquegua 2019. El mismo que determinará el grado de satisfacción de los alumnos de dicha entidad en el servicio administrativo que ofrece la UJCM. Asimismo, el presente trabajo está organizado de acuerdo al siguiente detalle:

El problema de la investigación. Esta parte destaca que existe la necesidad de generar trabajos de investigación referentes a la medición de la satisfacción en entidades del segmento del servicio educación universitaria, debido que hoy en día la calidad del buen trato al cliente carece de importancia en la ciudad de Moquegua, lo que da motivo suficiente a evaluar de manera objetiva la satisfacción del cliente específicamente de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Empresariales y Pedagógicas de la UJCM, la misma que invita a proponer la siguiente hipótesis: El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es algo satisfecho en la Universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua 2019.

Marco teórico. Este párrafo presenta tres partes importantes, en primer lugar, tenemos el bloque de antecedentes, en esta sección se presenta los resultados y/o conclusiones presentados por los investigadores que buscaron investigar el tema con anterioridad. Asimismo, tenemos la base teórica, dicha sección busca desarrollar el conocimiento que está relacionado a la variable satisfacción, para que finalmente se desarrolle el marco conceptual, que presenta la terminología relativa a la investigación para poder comprender el trabajo de investigación, lógicamente vinculados a la variable de estudio directamente.

Método. Este capítulo detalla el método utilizado para desarrollar el trabajo de investigación, tipo de investigación básico, de diseño no experimental, contando con una población de 2248 estudiantes de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Empresariales y Pedagógicas de la UJCM Moquegua 2019, con una muestra final de 288 estudiantes de las Escuelas Profesionales de Derecho, Administración, Economía, Ingeniería Comercial, Educación y Contabilidad pertenecientes a la FCJEP, respecto a las técnicas, a la recolección de datos se utilizó encuestas de percepción con preguntas cerradas, y en cuanto a su tratamiento se utilizó el aplicativo SPSS, estadística descriptiva.

Resultados y discusión, en este acápite se presenta los principales resultados y su discusión, nombrados a continuación: en sus dimensiones de trato ético, el mayor porcentaje se encuentra entre quienes manifestaron la categoría estar algo insatisfechos con un promedio del 53.23%, tabla 5. Maltrato, un 49.87% de los entrevistados manifestaron estar algo insatisfechos y solo respecto al tiempo brindado a sus trámites, se encuentran ni satisfechos ni insatisfechos en un 39.2%, tabla 6. En cuanto a la dimensión de Actitud, el trato y la sapiencia en la atención, se tiene un promedio de 53.9%, en tanto que en la resolución de sus casos se tiene un 49% que se encuentran algo insatisfechos, tabla 7. Respecto a Confort, en sus tres ítems se tiene el resultado de que el 49.8% en promedio se encuentran algo insatisfechos, tabla 8.

En cuanto a Calidad del servicio, se tiene que un promedio del 49.2% se encuentran algo insatisfechos en sus tres ítems de: compromiso y/o promesa, respecto al horario, muestra de un sincero interés respectivamente, tabla 9. Garantía del servicio, se puede apreciar que se tiene un promedio del 65.1% que señalan estar Algo Insatisfechos, tabla 10. Respecto a Cero riesgos, cero peligros, cero dudas, se aprecia un promedio del 45.6% encontrarse Algo Insatisfechos, tabla 11. Respecto a la velocidad en el servicio, se tiene un promedio del 56.8% que se encuentran Algo Insatisfechos, tabla 12. En cuanto a cumplimiento tiempo prometido, arroja un promedio de 70.6% quienes se encuentran algo insatisfechos, tabla 13. Cambios en el servicio, en el ítem de tecnología utilizada se tiene un 66% de los entrevistados que se encuentran insatisfechos; respecto a la tecnología que dispone se tiene un 59% que están insatisfechos y en cuanto a innovación de sistema

tecnológico se tiene que un 47.9% se encuentran algo insatisfecho, tabla 14. Y finalmente, respecto a mejora continua, se tiene que un promedio del 66.2% que se encuentran algo insatisfechos, tabla 15. En cuanto a los resultados obtenidos, tenemos que la satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, en sus dimensiones presenta diferenciales esto debido que, en algunos ítems los resultados fueron contundentes de tal manera que se ubicaron en las diferentes escalas de medición.

Conclusión y recomendaciones, llegándose la siguiente conclusión: En términos generales es que se determinó que el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es algo satisfecho en la UJCM Moquegua en el año 2019. Respecto a su recomendación, con la finalidad que se adopte como política empresarial interna, satisfacer al estudiante en la calidad del servicio, asimismo se tenga en consideración los resultados obtenidos de cada dimensión que han permitido medir la satisfacción del estudiante frente a la calidad de servicio que ofrece.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción de la realidad problemática.

La educación universitaria peruana no es ajena al sistema de educación superior universitaria del siglo XXI, en la globalización y el ideal posicionamiento de nuestras universidades peruanas, existe una delgada línea entre ofrecer una educación con calidad y de improvisar calidad en la educación. La experiencia nos muestra que la educación universitaria y la ampliación en su cobertura que carece de calidad, no tiene ningún sentido, excluye a personas de bajos recursos, no cumple con la movilidad social y mejora que dicha educación promete. Una persona que es formada en una institución de baja y mala calidad, solo se verá destinada a incrementar las altas tasas de subempleo profesional, o peor aún, de la informalidad de nuestro país. (Cuenca, Ricardo;, 2015, pág. 12) . Debido a ello, en la presente investigación se pretende evaluar ciertas dimensiones que midan la satisfacción del cliente en una universidad peruana, en este caso nos referimos a los estudiantes de nuestra prestigiosa Universidad José Carlos Mariátegui, de la ciudad de Moquegua en el año 2019.

Al dar inicio a esta investigación se ha planteado la siguiente interrogante, ¿Cuál es el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo de la Universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua 2019?, debido a ello se ha visto por conveniente recopilar opiniones, críticas y experiencias más relevantes que fueron obtenidas en la atención del servicio administrativo de la universidad, por parte del

alumnado perteneciente a la Facultad de Ciencias Jurídicas, Empresariales y Pedagógicas, población que fue seleccionada para la presente investigación.

En las instalaciones de la FCJEP, se ha tomado referencia de la experiencia de la alumna cursante de la Carrera Profesional de Derecho, Ana Karenina Martha Rodríguez Suárez con DNI 48634711, quien mencionó haber solicitado un cambio de proforma para llevar un curso adicional dentro del plazo adicional dado por la UJCM, y al momento de presentar los requisitos solicitados, el personal administrativo de las oficinas de la Carrera de Derecho, rechazó la solicitud mencionando que la misma estaba fuera de plazo, para lo cual la alumna tuvo que buscar medios personales directamente con el director de la carrera para dar solución a su pedido, encontrando que el personal administrativo no estaba enterado de dicha ampliación para el cambio de proforma que solicitaba. Podemos ver un claro desorden de manejo de información en el servicio administrativo de la UJCM, que, de no ser por la insistencia, probablemente no habría podido llevar un curso que le facilite culminar su carrera en el tiempo planificado a nuestra compañera.

Asimismo, también, el alumno de siglas E. N. E. I. con DNI 77682765, cursante de la Carrera Profesional de Contabilidad, solicitó a las oficinas de Economía y Finanzas una constancia de no adeudo para acceder a matricularse en el semestre académico 2019 – I, quienes le comunicaron que debía pensiones atrasadas y no podían entregarle la constancia que solicitaba pero que si afirmaba no tener deuda, debía presentar copia de sus comprobantes de pago de los años ya cursados, el alumno menciona haber solicitado hablar con el jefe de la oficina para resolver su problema, ocasionándole contratiempos con sus actividades. Estamos frente a un caso de falta de confiabilidad y seguridad en el procedimiento de registro de los pagos los alumnos, tarea que debería ser revisada con mucho cuidado por parte del servicio administrativo de la UJCM, debido que los alumnos son el pilar del movimiento financiero de la universidad.

Tenemos también una alumna de la Carrera Profesional de Ingeniería Comercial,

con las siglas B. G. E. H. con DNI 74307741, en el proceso de matrículas 2019 – I el personal administrativo encargado del área de caja de la oficina de Economía y Finanzas le indicó que debía pagar matrícula extemporánea, poco después la alumna verificó que no debió pagar dicha suma, al hacer su reclamo en caja, le hicieron caso omiso indicándole que presente un Formulario de Trámite Único (FUT), y sólo así probablemente procedería su reclamo, obligando a la estudiante a renunciar al mismo y abandonar la solución a su solicitud. Otro caso de trato del personal hacia el alumno, en el que brindan información inadecuada y generan molestia en cuanto a las consecuencias al parecer no resueltas, generando maltrato a la imagen institucional de la UJCM.

Por consiguiente, los alumnos de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Empresariales y Pedagógicas de la Universidad José Carlos Mariátegui de Moquegua estarían percibiendo a la UJCM, como una organización con burocracia, con mucha demora en la atención de los mismos pese a ser una institución de calidad privada, presentando pobreza de una atención de calidad a su alumnado en temas como, facilitar información, tiempos prometidos, regularizaciones, y entre otros, en relación a trámites documentarios de solicitudes de tipo académico, propios de la entidad, que son requeridos por nuestros compañeros.

Asimismo, también, en ciertas ocasiones los alumnos han presentado innumerables quejas verbales, muchas dirigidas a sus escuelas profesionales de la facultad investigada, otras son quejas escritas en la red más conocida de la época (Facebook), además de ser sonadas en programas radiales populares de nuestra región, generando una vista notable de una mala atención al cliente.

Lamentablemente, estos casos se suscitan diariamente y en muchas oportunidades las críticas son reiterativas, descubriendo que el alumno considera su institución como una organización poco confiable en la promesa de los tiempos de espera en sus requerimientos; una entidad con dudosa seguridad en cuanto al procedimiento, riesgo y dudas de sus solicitudes, que solo buscan lograr encontrar solución a sus

problemas de tipo académico. Además de estar incluido implícitamente el trato ético que va de la mano con el cumplimiento de los procedimientos, sobre cuál es el verdadero valor que se le da al alumno como parte de la institución, sin dejar de lado indicar la percepción en cuanto las nuevas herramientas de atención eficiente con las que debería contar una entidad que ofrece un servicio educativo.

Finalmente, considerando la problemática anterior y haciendo un análisis de la situación, se observa que hoy en día la calidad del buen trato al cliente carece de importancia, olvidando la preeminencia que tiene la educación e imagen directa que reciben nuestros compañeros con respecto a la satisfacción, así también a la fecha en la ciudad Moquegua no hay investigaciones respecto a la satisfacción del cliente de las universidades locales existentes, lo que da motivo a evaluar de manera objetiva cómo se caracteriza la satisfacción del cliente de la FCJEP en la Universidad José Carlos Mariátegui.

1.2 Definición del problema.

1.2.1 Problema general

¿Cuál es el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo de la universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua 2019?

1.2.2 Problema específico

P.E1. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, respecto al trato personal, de la UJCM 2019?

P.E2. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, respecto a la atención, de la UJCM 2019?

P.E3. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, respecto al confiabilidad, de la UJCM 2019?

P.E4. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, respecto a la seguridad, de la UJCM 2019?

P.E5. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, respecto a tiempos razonables, de la UJCM 2019?

P.E6. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, respecto a la innovación, de la UJCM 2019?

1.3 Objetivos de la investigación.

1.3.1 Objetivo general

Determinar el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo de la universidad José Carlos Mariátegui de Moquegua. 2019.

1.3.2 Objetivos específicos

O.E.1. Determinar el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, respecto al trato personal, de la UJCM 2019.

O.E.2. Determinar el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, respecto a la atención, de la UJCM 2019.

O.E.3. Investigar el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, respecto a la confiabilidad, de la UJCM 2019.

O.E.4. Determinar el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, respecto a la seguridad, de la UJCM 2019.

O.E.5. Determinar el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, respecto a tiempos razonables, de la UJCM 2019.

O.E.6. Investigar el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, respecto a la innovación, de la UJCM 2019.

1.4 Justificación e importancia de la investigación.

1.4.1. Justificación

Dada la realidad problemática, en el presente trabajo de investigación se tiene como finalidad ofrecer una contribución de mejoras en cuanto al servicio administrativo que posee la Universidad José Carlos Mariátegui, mediante el estudio de la variable planteada en el título de la investigación.

En este sentido, desde el valor teórico de la presente investigación se realizó un análisis conceptual que nos ha permitido tener una visión clara y crítica en lo que respecta determinar el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo en la UJCM., conduciéndonos a nuevos conocimientos, aportando lo dicho sobre este tema y sirviendo como antecedente para próximas investigaciones.

Asimismo, los resultados de la investigación permitirán elegir disposiciones para mejorar los niveles de satisfacción de los estudiantes y consecuentemente del servicio administrativo de la Universidad, mediante sugerencias y recomendaciones viables y concretas.

1.4.2 Importancia

Toda entidad que ofrece un servicio a sus clientes tiene una sola razón de ser, el valor de sus clientes. (Badues, 2015) menciona que, cuando le otorgamos valor al cliente nos hace referencia al valor que percibe la empresa, es decir, más allá de la rentabilidad que aporta un cliente a una organización, aporta una correcta imagen de la entidad.

En vista a la realidad problemática señalada, la universidad José Carlos Mariátegui ha estado dejando de lado el valor que tienen sus estudiantes respecto al trato, la atención, la seguridad, la confiabilidad, los tiempos de

espera en sus trámites documentarios, y la innovación constante en sus procesos que reflejan la eficiencia en su manejo administrativo.

En la presente investigación, se busca enfatizar la importancia, ligada a la calidad que ofrece la universidad, desde la figura del personal administrativo que maneja la atención al cliente con respecto al trato que recibe el estudiante, asimismo de la necesidad de establecer mejoras en el servicio que realiza, todo ello, en vías de favorecer la identidad de los estudiantes con su institución, alumbrando nuevas y notables perspectivas de una entidad dedicada a ofrecer un correcto servicio, a través del diagnóstico y recomendaciones que se pretende aportar con esta investigación.

1.4.3 Alcance

En la presente investigación se determinó como población estadística los estudiantes de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Empresariales y Pedagógicas de la Universidad José Carlos Mariátegui de la ciudad de Moquegua del año 2019.

1.5 Variables. Operacionalización.

1.5.1 Variable: Satisfacción

Definición conceptual:

La satisfacción del cliente no es un tema reciente dentro de las empresas, puesto que desde siempre los clientes han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, seguido de la confiabilidad, seguridad, tiempos razonables, y constante innovación por parte de las mismas, por lo cual cada una de las organizaciones se han visto en la tarea de buscar diversas alternativas para enriquecer dichas exigencias (Solorzano & Aceves, 2013)

Definición operacional

Se investigará la variable Satisfacción, mediante una encuesta de percepción aplicada a los estudiantes usuarios del servicio administrativo de la FJCEP, respecto a las dimensiones: trato, atención, confiabilidad, seguridad, tiempos razonables, e innovación, mediante una batería de 30 preguntas cerradas, 6 dimensiones, valoradas en la escala de Likert, procesadas y analizados los resultados mediante estadística descriptiva y aplicación del SPSS 25.

1.5.2 Operacionalización de variable

Tabla 1.

Operacionalización de variable

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA	MEDIDA	
Satisfacción	Trato personal	Trato ético		Categoría: Politémica ordinal	
		Maltrato			
	Atención	Actitud			
		Confort	Muy insatisfecho		
	Confiabilidad	Calidad del servicio	(1)		
		Garantía del servicio	Algo insatisfecho		
	Seguridad	Cero riesgos, cero peligro y cero dudas			Ni satisfecho ni insatisfecho
					(3)
Tiempos razonables	Velocidad en el servicio	Algo Satisfecho	(4)		
	Cumplimiento tiempo prometido	Muy satisfecho	(5)		
Innovación	Cambios en el servicio				
	Mejora continua				

Elaborado por: La ejecutora.

1.6 Hipótesis de la investigación.

1.6.1 Hipótesis general

El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho en la Universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua 2019.

1.6.2 Hipótesis específicas

H.E.1. El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto al trato personal, de la UJCM 2019.

H.E.2. El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo,

es satisfecho respecto a la atención, de la UJCM 2019.

H.E.3. El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la confiabilidad, de la UJCM 2019.

H.E.4. El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la seguridad, de la UJCM 2019.

H.E.5. El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a tiempos razonables, de la UJCM 2019.

H.E.6. El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la innovación, de la UJCM 2019.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación.

2.1.1 Variable satisfacción

Antecedentes internacionales

(Jorquera, 2012), señala como objetivo determinar que componentes en la evaluación dirigida por los usuarios son los que tienen más relevancia, en cuanto a las prácticas de servicio que tienen en la Industria Automotriz. Asimismo, utilizó la regresión lineal múltiple como metodología, en el cual la satisfacción será reconocida como variable dependiente y el resto de variables serán las independientes. Según los resultados la ocupación del colaborador (asesor) es quien tiene menos importancia dentro de lo expuesto, sin olvidar que la gran parte de la comprensión del cliente, pasa por las funciones del asesor, por tanto, las etapas de todo procedimiento son dependientes del excelente trabajo del asesor. La conclusión principal de esta investigación indica que los hallazgos de la insatisfacción de las empresas líderes tienen similitud, además de identificar que el rol clave del colaborador (vendedor) en la apreciación del usuario conviene desde la experiencia en cuanto a ventas y la relevancia de la calidad encontrada en los trabajos que se realiza a los vehículos.

(Soto, 2011), señala de objetivo general, establecer las fuentes que intervienen en la apreciación sobre la calidad en la atención a través de las consultas externas dadas en el Centro Médico ESMIL por los clientes. Es una investigación de tipo llamado descriptivo. Asimismo mediante la investigación se pudo demostrar que realmente hay satisfacción en la comodidad de la sala de espera y en la limpieza, sin embargo

existía insatisfacción en cuanto a los procesos que guardan relación en referencia a las Historias Clínicas de los pacientes, las cuales no se encuentran a disposición ni en el preciso momento de la consulta, a su vez la atención brindada en el área de rayos X, se ha demostrado que el paciente no tiene privacidad alguna, el médico no cuenta con tiempo necesario para entregar un correcto diagnóstico en los procedimientos médicos, tratamientos, y en ciertas ocasiones los pacientes suelen ser tratados con respeto y con amabilidad por parte de los colaboradores de la consulta externa, esta problemática a través de los resultados presentan las debilidades en la atención del Centro Médico ESMIL. Finalmente de lo investigado se tiene en conclusión que la mejora continua, se encuentra en la actitud de las autoridades de la entidad y personal que responde las necesidades sanitarias.

Antecedentes nacionales

(Bonifacio, 2007), la investigación plantea de objetivo, investigar el grado de satisfacción del cliente externo en el área de emergencia en el Hospital Grau, todo ello en función al personal y su motivación. Utilizando metodología de tipo de investigación cuantitativa, mediante un estudio descriptivo, prospectivo, transversal, correlacional, encontrando resultados como, usuario externo satisfecho de manera global: se encuentra satisfecho en un 33%, poco satisfecho en 43%, encontrando insatisfechos a los clientes en un 24%, además existe por parte del personal, motivación en el área, sin embargo, no se halló correlación estadística significativa con la satisfacción del cliente externo. Cuando se adiciona menos satisfacción del cliente externo (43%) a la satisfacción (33%), incluyendo las características de la atención en emergencia, determinando correlación claramente significativa con la motivación en el personal del área en mención, finalmente se concluye que hay otros factores que convienen esta satisfacción a poca en los clientes externos, creando la necesidad de investigar el área de emergencia, finalmente se sugiere trabajar los componentes motivacionales de higiene de los colaboradores de salud.

(Guardia, 2006), en su investigación busca determinar la satisfacción del cliente en función a la calidad de atención de salud en consulta externa del Hospital de la

Base Naval del Callao, octubre a diciembre 2003, utilizando metodología cuantitativa, descriptivo, prospectivo y de corte transversal. Encontrando resultados que dictan a la satisfacción del cliente externo con un 76,15%, medianamente satisfechos 16,92% e insatisfechos 6,92%. Asimismo, la conclusión del estudio manifiesta que el usuario externo se encontraba satisfecho con la calidad de atención de la consulta externa, debido que el intervalo de confianza del valor porcentual de 76,15% (intervalo de confianza 70,84-81,47%) de satisfacción del cliente que alcanza el estándar del cliente externo con 80% dictado por la Dirección de Salud de la Marina de Guerra.

(Cervantes, 2016), busca, determinar las variables de calidad de servicio que intervienen en la satisfacción del cliente en hoteles de dos y tres estrellas del departamento de Abancay. La metodología fue realizada mediante una investigación no experimental, lo que significa que no existió manejo con intención de las dimensiones de la calidad de servicio que perciben los usuarios, de igual manera la clasificación de esta investigación no experimental fue transversal. En cuanto a los resultados encontramos que de tres variables que fueron demostrativas para la satisfacción al cliente, “la empatía” fue la obtuvo más relevancia representada con una beta de ($\beta=0.513$); seguido de “capacidad de respuesta”, con una beta de ($\beta=0.220$), y finalmente “elementos tangibles” con ($\beta=0.133$). Concluyendo la investigación que, la variable “empatía” fue de mayor influencia en la satisfacción al usuario en hoteles de dos y tres estrellas del departamento de Abancay, seguido de “capacidad de respuesta” y finalmente “elementos tangibles”.

Antecedentes regionales

(Chambilla, 2014), traza de objetivo, investigar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la sede central del Gobierno Regional de Moquegua, 2014. La metodología utilizada, planteó un estudio como investigación no experimental con diseño transaccional correlacional, con una muestra conformada por 102 usuarios externos, seleccionados por muestreo sistemático. Se ha encontrado que los resultados respaldan los supuestos del modelo

de calidad que sirvió para el análisis, en tanto se verifica una brecha entre ambas mediciones y, al mismo tiempo, respaldan también los esfuerzos que se vienen haciendo en el sector público por optimizar los servicios brindados al ciudadano. Concluyendo su investigación, encontró que existe concordancia significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la sede central del Gobierno Regional de Moquegua, 2014 ($r= 0,65$; $p<0,01$), lo que implica que mientras más altas son las perspectivas que se tiene del servicio, mejor es la apreciación del servicio una vez recibido. Sugiriendo a los investigadores sociales e instituciones universitarias, continuar la línea de investigación abierta con este estudio y considerar que el análisis de la satisfacción del usuario en el sector público puede verse influenciada por algunas variables de filiación cuya situación no ha quedado lo suficientemente clara en este y otros estudios.

2.2 Bases teóricas

Variable: Satisfacción

La satisfacción es un término familiar dentro de las organizaciones, ya que siempre los usuarios exigen un buen trato de la mano de una buena atención al momento de adquirir un producto o servicio, además de la confiabilidad, seguridad, tiempos razonables e innovación en lo requerido, en vista a ello las empresas se ven en la necesaria tarea de tomar alternativas que dispongan alcanzar las exigencias en mención. (Solorzano & Aceves, 2013)

Etimología de la satisfacción

Satisfacción, proviene del latín *satisfactio*, es el verbo de satisfacer o satisfacerse. Esta acción que hace referencia a dar, suministrar o cumplir ciertas necesidades exigentes, y de retribuir un premio o disolver un agravio (Porto. & Gardey., 2014).

Definición sobre satisfacción

(Bachelet, 1992), considera que la satisfacción suele ser el sentido emocional de un usuario después de comprar un producto o servicio, fundamentaba que satisfacción responde a ser la última relación con el producto o servicio, el hábito

referente a la satisfacción en la compra y la satisfacción general que experimentan los clientes reincidentes.

Importancia de la satisfacción

En el mundo empresarial, la satisfacción del usuario y su importancia nace en que el cliente satisfecho es un activo para la organización ya que existe la probabilidad de volver a usar, comprar o dar un buen comentario sobre los productos o servicios de la entidad, lo que generaría un incremento en los ingresos para la empresa. Pese a que alcanzar la satisfacción de nuestro cliente debería ser el objetivo principal, no es el objetivo final de la sociedad, sino más bien una vía para obtener excelentes resultados económicos. Entendiendo que mientras los resultados serán mayores si la organización consigue fidelizar a sus clientes, ya que hay gran correlación en la retención de los usuarios y sus beneficios. (Isla, 2017)

Teorías al respecto de la naturaleza de la satisfacción del cliente

Teoría de la Equidad: (Brooks, 1995), argumenta que la satisfacción se origina cuando una sección considera a los resultados que se obtienen en un proceso están equilibrados con los ingresos como coste, tiempo y esfuerzo.

Teoría de la Atribución Causal: Explica que los clientes suelen caracterizar el resultado final de sus compras, tales como fracaso o éxito en ellas. Además el origen de la satisfacción se adjunta a factores internos como usuario – percepción en referencia a las compras y a factores externos que implican ejecutar la compra, o finalmente factores de azar como la suerte. (Brooks, 1995)

Teoría del Desempeño

(Brooks., 1995), argumenta que la satisfacción del cliente está relacionada al desempeño en relación a los productos o servicios y sus características, percibidas por el usuario. Además, señala al desempeño como el grado de calidad del producto en función al precio que se oferta por él que distingue el cliente. Debido a ello la satisfacción, es confrontada al valor, donde toma función de calidad percibida en

función al precio pagado por el producto y/o servicio (Johnson., Anderson., & Fornell, 1995)

Teoría de las Expectativas

Esta teoría objeta que los usuarios tienen expectativas respecto al desempeño que encuentren en las características del producto o servicio al momento de realizar la compra, al haber realizado la compra ya sea de un producto o servicio y este es utilizado, el usuario compara las expectativas que tuvo en relación a las compras realizadas en otras empresas que ofrecen los mismos productos o servicios, y finalmente se obtiene un cumplimiento de expectativas cuando el desempeño del bien adquirido es precisamente como se esperaba, asimismo se aguarda que la satisfacción del usuario aumente cuando las expectativas cumplidas aumenten. (Liljander. & Strandvik, 1995)

Dimensión 1: Trato

Se entiende al trato como la manera de entablar comunicación o asimismo de establecer vínculos con otra persona o un colectivo de personas. El concepto general del buen trato está relacionado al trato ético desde un punto de vista moral, de igual manera si existe el buen trato, hay otro trato que es clasificado como el maltrato (Pérez & Merino, 2014).

El trato se encuentra relacionado con la solidaridad, el respeto y en la capacidad que poseen las personas para cuidar la comunicación entre ellas, y atender las necesidades de interés mutuo, al cuidado de mantener una excelente relación.

Un buen trato se presume de una excelente educación y de modales asimismo de poder tratar con tolerancia y respeto, en un compromiso de afecto reflejado en el colectivo esforzado que busca participación y cooperación de todos.

El éxito de una persona va depender del carácter o educación que posea para poder tratar a los demás, en diferentes tipos de situaciones ya sea de actividad u oficio que

desarrolle en su vida.

Asimismo, para que una persona pueda desarrollar capacidades para ser libre y espontáneo frente a la vida, primero deberá cultivar el respeto, el autocontrol y distinción de su conducta.

En la medida del tiempo, si las personas sabemos manejar nuestros impulsos y usamos buenas maneras de tratar con las personas que nos rodean, no tendríamos lugar de querer cambiar situaciones pasadas.

Cuando brindamos un correcto trato nuestra persona se dignifica, y propiamente la sociedad se enriquece, además de evitar ciertas situaciones que hoy en día las personas están expuestas, creando en ellas frustración y malestar.

El buen trato se manifiesta cuando a pesar de las diferencias lógicas de las personas y entre las mismas, se hace un esfuerzo para conquistar un clima de comprensión y sinceridad en el interés mutuo.

Sin embargo, los factores que intervienen en el correcto trato son: respeto, comprensión, cooperación, comunicación y cortesía, señalando que es relevante adoptar una apropiada actitud hacia las demás personas, además de desarrollar un excelente ánimo. (Accionesdesarrollo, 2012)

Etimología de trato: Para poder analizar con cautela y profundidad el término trato, es relevante que se conozca el origen etimológico, en tal sentido investigamos que proviene del verbo *tractare*, que significa “arrastrar o tirar” (Pérez & Merino, 2014).

Definición de trato: Se determina del verbo y efecto de tratar. Esta acción tiene varios sentidos, como el tratar con una persona de palabra o por obras y/o de relación con un sujeto (Pérez & Merino, 2014).

Importancia del trato:

(Pérez & Merino, 2014) Mencionan que el buen trato no solo es relevante en la sociedad o en el hogar, sino que también en el ámbito comercial. Es decir, en referencia a la atención de cualquier tipo de organización o empresa que ofrece a su cliente, ya que de esa manera la organización conseguirá que el usuario adquiera y prefiera sus productos o servicios, e incluso pueda fidelizar la confianza en la misma entidad.

En este sentido, los componentes más relevantes para ofrecer un buen trato, es brindar seguridad, utilizar un correcto lenguaje verbal y corporal, relacional, sencillo, escuchar, tolerar, ser amable, ser cortés y tener simpatía, presentar una buena imagen con confiabilidad y credibilidad.

Dimensión 2: Atención

Cuando hablamos de atención nos estamos refiriendo a un poderoso instrumento de marketing que determina eficacia en la organización, que por necesidad los empleados conocerán y desarrollarán, además debe contar con una estructura organizada con compromiso donde las funciones de los empleados estén correctamente definidas y comprometidas con el usuario, lo que permite desarrollar una cultura corporativa donde se priorice la orientación al cliente, y esta se manifieste en el comportamiento actitudinal de los empleados, además debe poseer infraestructura necesaria en la organización para que sirva de soporte en el desarrollo de los procesos sobre calidad en el servicio directo a los clientes. (Torres, 2006)

Etimología de atención

En su etimología viene del latín “*attentio*” forma sustantiva y abstracta de “*attēntus*”, que significa atento. (Group, 2014)

Definición de atención

(James, 1890), define la atención como tomar la posesión de la mente, de manera clara y concisa, en una determinada situación sucedida de manera simultánea. Su

naturaleza está en la ubicación y concentración de la conciencia, es decir dejar a un lado ciertas cosas para concentrar de más cerca otras.

Importancia de la atención

Cuando la organización alcanza visualizar a sus clientes a través de ellos mismos, entonces empieza a interpretar sus necesidades, además de desarrollar y de presentar el producto o servicio adecuadamente, asimismo mejorando su publicidad y así conseguir posición en el mercado.

La empresa tiene la tarea de conocer a sus usuarios al detalle, tanto en necesidades, expectativas y la demanda que solicitan, todo ello para desarrollar estrategias, ideas que apunten a obtener su fidelización. De esta manera nace la importancia de la atención que se le brinda al cliente, ya que al momento de darle una excelente experiencia al obtener su producto o servicio al mismo tiempo estarán fidelizando al cliente lo que permitirá repetir sus compras en la organización.

La fidelización del usuario permite que la organización retenga al cliente, asegurando ingresos estables que sostengan la inversión, la misma que hará desarrollar los productos y servicios, por esta razón la atención al cliente debe ser considerada como una de las actividades prioritarias y básicas para una organización. (Pérez Torres, 2007, pág. 6)

Dimensión 3: Confiabilidad

Etimología de confiabilidad:

El término “confiable” tiene un origen latino y su significado es “poder confiar”, cuenta con componentes léxicos que son: el prefijo con-(junto, globalmente), fides (fe, confianza), -are (terminación del infinitivo de un verbo), y el sufijo -able(de poder). (Etimologias.dechile.net, s.f.)

Definición de confiabilidad:

La confiabilidad de un producto o servicio puede ser definida cuando estos tienen

capacidad de cumplir su función, de la manera esperada. En otro sentido la confiabilidad puede ser vista como la probabilidad en que un producto logrará cumplir el objetivo para el cual fue elaborado sin incidentes por el tiempo esperado y bajo las condiciones que se indica. (Santillán, 2007)

Importancia de confiabilidad:

Cuando mencionamos confiabilidad, hablamos de la capacidad de un elemento en desempeñar una función, en las condiciones establecidas en un tiempo determinado, es decir se logra confiabilidad cuando el elemento (producto o servicio), cumple lo que se necesita en el momento deseado, la confiabilidad causa impacto en los resultados de la organización, aplicados a los productos o servicios que ofrezcan, que constituyen la cadena de valor de la organización. (Sueiro, 2012).

Dimensión 4: Seguridad

Etimología de seguridad:

El término seguridad tiene un origen latino *securitas*, que deriva de *securus* (sin precaución), que tiene un significado de libre de cualquier daño, y visto desde otro punto como el psicosocial se considera como el estado mental que genera en las personas sentimientos de estar fuera de peligro en cualquier circunstancia. (Arias, 2011)

Definición de seguridad:

Se entiende por seguridad al conjunto de elementos, procesos, métodos que se encuentren basados en evidenciar con la ciencia probada, como minimizar el riesgo de presenciar un evento en el proceso de recibir atención por parte de la organización o de disminuir sus consecuencias. En otro sentido la seguridad es parte de la caracterización de la calidad que puede ofrecer un servicio a través de la oportunidad, la accesibilidad y la continuidad. (Institute of Medicine, Gomez Córdoba, & Espinosa, 2006)

Importancia de seguridad

Cuando los clientes solicitan y contratan el servicio que ofrece una empresa, no puede ver que es lo que recibirá en la ejecución del servicio, a diferencia de la compra de un producto, sin embargo, puede ser que reciba información anticipada pero sólo hasta que consuma el servicio, no será capaz de evaluar si el servicio era lo que necesitaba.

Motivo por el cual, es muy importante añadir a la seguridad como una dimensión clave, debido que, si el cliente no puede percibir lo que la empresa está haciendo, puede temer no recibir el servicio esperado y ocasionará que opte por otras opciones en otras empresas que puedan darle esa seguridad.

Es así que el modelo *Servqual* (Parasuraman, Berry y Zeithaml) conceptualiza la seguridad como el “Conocimiento y atención que se muestra mediante los trabajadores y las habilidades que presentar para demostrar credibilidad y confianza. (Pizzo, 2011)

Dimensión 5: Tiempos razonables

Etimología de tiempos razonables

El término tiempo proviene del latín tempus, temporis que significa tiempo, ocasión, entre otros. (Helena, 2018)

Definición de tiempos razonables

Las organizaciones que se especializan en fidelizar a sus clientes, están caracterizadas por ofrecer a sus clientes tiempos razonables en la entrega de sus productos o servicios, cuya acción está respaldada en la velocidad en su servicio al cliente. (Virgillito., 2017)

Importancia de los tiempos razonables

Cuando las organizaciones logran priorizar a la calidad del servicio al cliente puede prosperar en el sector empresarial. Sin embargo a medida que transcurre el

tiempo las expectativas presentar nuevos cambios de manera constante y la velocidad con la que se debe atender y ayudar a los clientes y/u usuarios se ha convertido en un factor de importancia por su criticidad, en cuanto a la rapidez con la que debe contar la organización para dar cumplimiento eficiente en la atención a su cliente. (Virgillito D. , 2017)

Dimensión 6: Innovación

Etimología de Innovación:

El término innovación está compuesto por el verbo “innovar” y del sufijo “ción” que significa efecto, acción de, y viene del latín “innovatio”. (RAE, 2017)

Definición de Innovación:

La innovación, proviene del término que refiere a la acción y al resultado de innovar, es decir de cambiar, transformar, alterar algo o presentar una novedad, asimismo de inventar algo que no haya sido creado, también refiere a la modificación, o creación de algún producto seguidamente de su introducción al mercado competente. (RAE, 2017)

Importancia de Innovación

A través del tiempo la importancia de la innovación crece de manera significativa convirtiéndose en un factor clave para las organizaciones. La innovación ya no puede ser clasificada como una opción, sino más bien como lo inevitable para todas las empresas que deseen quedarse en el mercado competitivo. Además la innovación está relacionada a la creatividad y de satisfacer una necesidad, lo que conlleva trabajar en los procedimientos, en reclutar personal con talento para finalmente obtener más clientes y así lograr una notoria participación en el sector empresarial. (Innk, 2018)

2.3 Marco conceptual

Variable: Satisfacción

La satisfacción del usuario es familiar dentro de las organizaciones, ya que siempre los usuarios exigen un buen trato de la mano de una buena atención al momento de adquirir un producto o servicio, además de la confiabilidad, seguridad, tiempos razonables e innovación en lo requerido, en vista a ello las empresas se ven en la necesaria tarea de tomar alternativas que dispongan alcanzar las exigencias en mención. (Solorzano & Aceves, 2013).

Indicadores de la dimensión 1: Trato

Indicador 1: Trato Ético

La ética merece ser reconocida como el pilar primordial dentro de una organización, sin que importe el tamaño de las mismas. Cuando hablamos de ética en la empresa refiere a la percepción del cliente en la organización, asimismo la ética competitiva de las organizaciones debería ser la capacidad de que los clientes tengan buena voluntad al obtener los productos y/o servicios por los beneficios que estos ofrezcan (Berry & Cortina, 1989, 1996).

Indicador 2: Maltrato.

El maltrato es la acción y resultado de maltratar, que tiene significado de tratar mal a un individuo, además se refiere a la manera de agredir que puede darse de dos formas, por maltrato físico y maltrato psicológico, que suele presentarse en el marco de las relaciones entre dos o más personas.

Asimismo el maltrato puede manifestarse en dos subtipos; violencia de género y maltrato al individuo, problemas que son de raíz importante en nuestra sociedad actual debido que puede ocasionar problemas e inclusive víctimas fatales. (Cacheda, 2011)

Además en términos de atención al cliente, en su mayoría los usuarios perciben tipos de maltrato, a través de las distintas formas de respuestas recibidas en referencia

a la necesidad que soliciten por parte de la entidad, institución, empresa donde requieren el producto o servicio, según (Faura, 2015) describe las siguientes formas de maltrato:

Maltrato físico: refiere a la acción voluntariamente hecha que pueda provocar lesiones graves en un individuo específico.

Negligencia: dada por omitir una acción que sea necesaria para dar cumplimiento a la atención del desarrollo en el bienestar psicológico y físico del cliente.

Maltrato sexual: refiere la acción o comportamiento en la que un individuo puede ser utilizado para la obtención de alguna estimulación o satisfacción sexual.

Maltrato emocional: puede ser la incapacidad de dar un clima emocional correcto para desarrollar al individuo psicológicamente y físicamente y este no pueda lograr seguridad ni independencia.

Indicadores de la dimensión 2: Atención

Indicador 3: Actitud.

El término actitud puede corresponder a la presentación de sentimientos, pensamientos o voluntades de un ser humano a actuar frente a algo en especial referido a su entorno. (Secord y Backman, s.f.)

Indicador 4: Confort

El confort se produce cuando un objeto o ambiente físico ofrezca la sensación de seguridad y comodidad al ser humano, debido que este busca confort en todo momento, ya sea en el aspecto laboral, desde su oficina en términos de referencia desde el lugar donde específicamente desarrolla sus actividades diarias, desde su escritorio y la silla que utiliza, asimismo el confort se puede dar en el hogar y todos los sitios que hagan sentir al ser humano cómodo con su estadía. (Pérez Porto & Gardey, Definición de Confort, 2010)

Indicadores de la dimensión 3: Confiabilidad

Indicador 5: Calidad del servicio

(Parasuraman & Berry, 1988), argumentan que la calidad del servicio se da en la diferencia del deseo del cliente frente al servicio y lo que percibe del servicio ya recibido. Asimismo en este sentido (Ruiz, 2001) dice que es una manera de actitud que está sujeta a la satisfacción pero que no es equivalente, donde el usuario es capaz de comparar las expectativas una vez recibido lo que ha solicitado en el servicio.

Indicador 6: Garantía del servicio

La garantía del servicio se define como el compromiso temporal que adquiere con el cliente el fabricante o proveedor de un bien o servicio, y en el que ofrece reparar cualquier defecto de manufactura que aparezca en el período de garantía. Asimismo, puede cubrir aspectos referentes a la calidad, la fiabilidad, entre otros, del servicio o producto vendido. También puede significar un compromiso de que el cliente quede totalmente satisfecho (Mesa Editorial Merca, 2010)

Indicadores de la dimensión 4: Seguridad

Indicador 7: Cero Riesgos

Para (Luhmann, 1996) el término riesgo refiere a la futura posibilidad de algún daño debido a decisiones tomadas. Debido que en el presente las decisiones tomadas pueden condicionar lo que sucederá en el futuro, aunque no se sepa de qué modo. Asimismo, el riesgo puede estar caracterizado por el número de la posibilidad de consecuencias negativas que trae. Dicho de otro modo, en el sector empresarial se ha convertido en un reto del siglo XXI, cuidar que los procedimientos en cuanto a la producción de servicios y productos tenga un margen de cero riesgos para alcanzar y dar cumplimiento eficiente de las necesidades de los clientes y así posicionarse en un lugar reconocido en el mercado competitivo.

Indicador 8: Cero Peligros

(Porto & Gardey, 2009), mencionan que el peligro se encuentra o se relaciona en contextos que generan y exponen a los agentes antes señalados, siendo el acervo que forjan hechos simultáneos de materia en relación de riesgo.

Indicador 9: Cero Dudas

En el ámbito empresarial es relevante mencionar que, en el proceso de la ejecución del servicio, el cliente este seguro del funcionamiento y la calidad del producto o servicio que adquiere, ya que de ello dependerá la capacidad de orientación y atención de los colaboradores con relación directa en el proceso de producción de bienes cualitativos y cuantitativos que la entidad ofrece. (Porto & Merino, 2009)

Indicadores de la dimensión 5: Tiempos Razonables

Indicador 10: Velocidad en el servicio

En el mundo empresarial se conoce a la velocidad de respuesta, como el tiempo que se da desde que la organización recibe una consulta de información, hasta que sea respondida en cuanto a lo solicitado.

Está verificado que esta velocidad de atención al cliente puede influir de forma directa en el cierre de la venta del producto o servicio, es decir por cada segundo que la organización tarde en responder las solicitudes de sus clientes, será menos probable que las ventas se cierren. (SalesUp, 2019)

Indicador 11: Cumplimiento tiempo prometido

Con frecuencia, el personal de las empresas que ofrecen productos o servicios, son los que tienen el contacto directo con los clientes, asimismo suelen hacer compromisos para asegurar las ventas sin verificar las existencias, el tiempo que dura el reparto o el procedimiento que este puede tardar. Esta costumbre repetitiva ocasiona incumplimiento, enojo del cliente y la posible pérdida de tiempo para ambos. Frente a ello, este análisis demuestra que en las organizaciones se debe tener cuidado en prometer un trabajo que dispone de tiempo, sin dejar de lado que el cliente evalúa las promesas para poder tener expectativas del servicio.

El cumplimiento para el cliente es lo más importante en cuanto al servicio en dependencia de la empresa, debido que quién ofrece las promesas y brinda expectativas es la misma empresa. Debido a ello se recomienda que las empresas eviten promesas indirectas y sean sinceros con el tiempo necesario que necesita la

producción del servicio, de esta manera pueden ofrecer promesas verdaderas ya que si está al alcance de sus manos. (Portilla, 2003)

Indicadores de la dimensión 6: Innovación

Indicador 12: Cambios en el servicio

Analía Vecchi Pomphile (2006) nos dice: Los cambios a medida del tiempo se aceleran más, puede darse el caso que la organización termine de acogerse a un cambio y tenga que enfrentar varios más. Es decir que vivimos en el periodo constante de cambio y podemos decir que incluso la vida para dar soluciones es cada vez más corta, tanto que lo que ahora puede funcionar puede también pasar a ser parte de la historia de un momento a otro.

Los cambios en el servicio se dan a través del diseño de estrategias, en cuanto al cambio de procedimientos de la organización, puede ser en la aplicación de sistemas, optimización de algunos procesos, la gestión de recursos humanos y su funciones, debido que son prioridades de primera mano y productivas en la organización. (Varela, 2011)

Indicador 13: Mejora continua

La mejora continua proviene de buscar la administración adecuada de la calidad total, donde las organizaciones entienden que no se puede ser perfectos, pero si se puede buscar serlo. La mejora continua es el proceso que puede representar perfectamente la esencia de lo que llamamos calidad, además que puede reflejar y presentar lo que toda empresa necesita y debe hacer, si lo que buscan es tener un lugar en el mercado competitivo. (Deming, s.f.)

CAPÍTULO III

MÉTODO

3.1 Tipo de investigación.

Según propósito.

Básico, los resultados proporcionarán información.

Según ocasiones de recojo de información.

Transaccional, la información se recoge en una sola oportunidad, como una fotografía.

Según número de variables.

Mono variable, comprende una sola variable: Satisfacción.

Según características de la fuente.

Primaria, porque la información se recoge de los actores de la investigación mediante encuesta de percepción

Según tratamiento de datos.

Cuantitativo, las características de las variables son valoradas en términos absolutos y relativos para análisis estadístico descriptivo e inferencial.

3.2 Nivel de investigación

Explicativa.

3.3 Diseño de investigación.

No experimental, no existe manipulación de variable alguna.

3.4 Población y muestra.

Población.

La población objeto de estudio se encontrará conformada por estudiantes de la

Facultad de Ciencias Jurídicas, Empresariales y Pedagógicas de la Universidad José Carlos Mariátegui Moquegua 2019, población que asciende a un total de 2248, según Consolidado General de Matrículas de estudiantes matriculados al 2019 – II, en la sede central Moquegua, emitido por Servicios Académicos.

Tabla 2.

Estudiantes de la facultad de Cs. Jurídicas, Empresariales y Pedagógicas 2019

Escuela profesional	Q´	%
Ciencias Administrativas y Marketing	345	15%
Contabilidad	485	22%
Derecho	776	35%
Educación	341	15%
Ingeniería Comercial	280	12%
Economía	21	1%
TOTAL	2,248	100

Fuente: Servicios académicos.

Muestra

Para la obtención de la muestra apropiada se usó la fórmula de muestreo aleatorio simple, para calcular proporciones de población conocida, como en nuestro caso.

a) Fórmula

$$a_1) n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq} = \text{muestra resultante};$$

Dónde:

n = Muestra inicial;

p = probabilidad de aciertos;

q = Probabilidad de desaciertos;

Z = Nivel de Confianza; E = Margen de error y N = Población.

En este caso particularmente, aplicaremos la fórmula con los siguientes condicionantes y/o parámetros, para dar una adecuada generalización de sus resultados:

$N = 2,248$ (Estudiantes de la FCJEP)

$E = 0.05$ (margen de error 5%)

$Z = 95\% = 1.96$ (nivel de confianza)

$p = 0.5$

$q = 0.5$

Reemplazando en la fórmula:

c) Estudiantes de la FCJEP.

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(2,248)}{(2,248)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}; \frac{2,157.0584}{6.5754}; = 328.05 = 329 \text{ Estudiantes, de}$$

las Escuelas Profesionales de Ciencias Administrativas y Marketing Estratégico, Contabilidad, Derecho, Educación, Ingeniería Comercial y Economía.

Para lograr una representación concisa, se aplica a la muestra inicial la fórmula de *Factor de Corrección Finita*:

$$n_0 = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}; \text{ al reemplazar datos se obtiene:}$$

$$n_0 = \frac{329}{1 + \frac{328}{2,246}} = n_0 = \frac{329}{1.1460374} = 287.08 \approx 288 \text{ Estudiantes de la FCJEP,}$$

resultando una Muestra final de ≈ 288 estudiantes.

Asimismo, procediendo a una correcta representación, la muestra se encontrará distribuida, considerando la participación porcentual en cada nivel, de manera proporcional. Tal como se muestra a continuación.

Tabla 3.

Muestra Estudiantes de la facultad de Cs. Jurídicas, Empresariales y Pedagógicas 2019

Escuela profesional	Q´	%
Ciencias Administrativas y Marketing	43	15%
Contabilidad	64	22%
Derecho	100	35%
Educación	43	15%
Ingeniería Comercial	35	12%
Economía	3	1%
TOTAL	288	100

Fuente: Servicios académicos.

Elaborado por: La ejecutora

Estudiantes de la FCJEP de la Universidad José Carlos Mariátegui, ubicados en el Campus la Villa de la Sede Central de Moquegua.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Encuestas de percepción, el instrumento cuestionarios o preguntas cerradas, respecto a la variable en estudio, específicamente relacionados a las dimensiones e indicadores.

3.6 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Estadística descriptiva en la medición de variables, mediante el cálculo de medidas centrales, medidas de dispersión, y la construcción de la tabla de frecuencias.

3.6.1 Baremo

Conocido como una tabla que permite un control o registro gradual de evaluación de diferentes datos; en nuestro caso, de la satisfacción de estudiante de la UJCM, sede Moquegua; ya que el mismo obedece a la elaboración propia, considerando las características del estudio, toda vez que no se ubicaron baremos al respecto. Este

barómetro es frecuente también en el ámbito de la investigación, para establecer la gradualidad y/o medición, permitiendo ubicar dato o resultado. A continuación, se presenta el siguiente baremo:

Para determinar la escala:

$$\text{Fórmula} = \frac{\text{Max} - \text{Min}}{n} = \frac{96 - 30}{5} = 13.2$$

BAREMO

Nº	Rango	Valoración
1	30 a 43.2	Pésimo
2	43.3 a 56.4	Malo
3	56.5 a 69.6	Regular
4	69.7 a 82.8	Bueno
5	82.9 a 96.0	Muy Bueno

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Presentación de resultados.

Tabla 4

Alfa de Cronbach para la variable satisfacción

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,888	30

Fuente: Elaboración propia

La tabla 4, muestra el Alfa de Cronbach para la variable en estudio cual es la satisfacción, según la tabla, muestra un valor de 0,888, lo cual demuestra que existe una buena confiabilidad en el instrumento que se ha elaborado y en consecuencia con dicho instrumento se ha levantado la información para su posterior análisis.

Por tanto, existe un grado de confiabilidad en un 88,8% de confiabilidad en las cuales los ítems elaborados junto a sus indicadores y estos junto a sus dimensiones correspondientes, es que muestran buena confiabilidad.

Indicador: Trato ético

Tabla 5

Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores trato ético

	Muy insatisfecho	Algo Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo Satisfecho	Muy satisfecho	Total
En el servicio administrativo de la UJCM ¿Con el trato que recibe por parte del personal administrativo, Ud., se encuentra?	71	180	37	0	0	288
	24,7%	62,5%	12,8%	0,0%	0,0%	100,0%
En el servicio administrativo de la UJCM ¿la información que usted recibe, hace que Ud., se sienta?	82	127	78	1	0	288
	28,5%	44,1%	27,1%	0,3%	0,0%	100,0%
¿En el servicio administrativo de la UJCM, con el trato recibido Ud., se siente...?	78	153	56	1	0	288
	27,1%	53,1%	19,4%	0,3%	0,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

La tabla 5 muestra las frecuencias y porcentajes totales para los indicadores trato ético, en ella observamos que en cuanto a la primera afirmación sobre el servicio administrativo de la UJCM ¿Con el trato que recibe por parte del personal administrativo, Ud., se encuentra?, en ella el mayor porcentaje se encuentra entre quienes manifestaron la categoría de estar algo insatisfecho con un 62,5%, en tanto para la segunda interrogante, ¿En el servicio administrativo de la UJCM ¿la información que usted recibe, hace que Ud., se sienta? el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 44,1% y finalmente para la tercera interrogante de ¿En el servicio administrativo de la UJCM, con el trato recibido Ud., se siente...? el de mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 53,1%.

Indicador: Maltrato

Tabla 6

Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores maltrato

	Muy insatisfecho	Algo Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo Satisfecho	Muy satisfecho	Total
¿Con el servicio administrativo brindado por la UJCM, al realizar sus consultas y necesidades; Ud., se siente...?	57 19,8%	192 66,7%	38 13,2%	0 0,0%	1 0,3%	288 100,0%
¿Respecto al tiempo brindado por la UJCM, en sus trámites administrativos y consultas, Ud., se encuentra?	68 23,6%	94 32,6%	113 39,2%	13 4,5%	0 0,0%	288 100,0%
¿Respecto a las respuestas y soluciones a sus trámites, Ud., se encuentra?	86 29,9%	145 50,3%	57 19,8%	0 0,0%	0 0,0%	288 100,0%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la tabla 6, muestra las frecuencias y porcentajes totales para los indicadores maltrato, en ella observamos que para la primera interrogante sobre de ¿Con el servicio administrativo brindado por la UJCM, al realizar sus consultas y necesidades; Ud., se siente...?, en ella observamos que el 66,7% menciona estar algo insatisfecho, en tanto que para la segunda interrogante sobre de si el ¿Respecto al tiempo brindado por la UJCM, en sus trámites administrativos y consultas, Ud., se encuentra?, ella observamos que el 39,2% manifiestan estar ni satisfecho ni insatisfecho, finalmente para la pregunta 3, sobre ¿Respecto a las respuestas y soluciones a sus trámites, Ud., se encuentra?, en ella observamos que el de mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 50,3%.

Indicador: Actitud

Tabla 7

Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores actitud

	Muy insatisfecho	Algo Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo Satisfecho	Muy satisfecho	Total
¿El trato que recibe por parte del personal administrativo de la UJCM, cuando solicita información, hace que se sienta...?	98 34,0%	134 46,5%	50 17,4%	6 2,1%	0 0,0%	288 100,0%
¿El personal administrativo de la UJCM, sabe atender y entender sus necesidades, logrando con ello que Ud., este...?	44 15,3%	191 66,3%	52 18,1%	1 0,3%	0 0,0%	288 100,0%
¿En la resolución de sus casos, consultas y/o trámites que desarrolla el personal administrativo de la UJCM, hace que Ud., se encuentre?	108 37,5%	141 49,0%	37 12,8%	2 0,7%	0 0,0%	288 100,0%

Fuente: Elaboración propia

Respecto al indicador actitud, observamos que en cuanto a la primera interrogante, sobre ¿El trato que recibe por parte del personal administrativo de la UJCM, cuando solicita información, hace que se sienta...? el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 46,5%, en tanto que para la segunda interrogante sobre ¿El personal administrativo de la UJCM, sabe atender y entender sus necesidades, logrando con ello que Ud., este...?, el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 66,3% y finalmente para la pregunta ¿En la resolución de sus casos, consultas y/o trámites que desarrolla el personal administrativo de la UJCM, hace que Ud., se encuentre? entre los que manifestaron estar algo insatisfechos, son los que representan al 49%.

Indicador: Confort

Tabla 8

Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores confort

	Muy insatisfecho	Algo Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo Satisfecho	Muy satisfecho	Total
¿Las comodidades en la atención que brinda el servicio administrativo, hace que Ud., se sienta...?	78 27,1%	177 61,5%	31 10,8%	2 0,7%	0 0,0%	288 100,0%
¿Al efectuar sus trámites en las distintas oficinas administrativas, hacen que Ud., se sienta...?	134 46,5%	105 36,5%	42 14,6%	7 2,4%	0 0,0%	288 100,0%
¿Los ambientes de espera de la parte administrativa, hace que Ud., se encuentre...?	63 21,9%	148 51,4%	71 24,7%	6 2,1%	0 0,0%	288 100,0%

Fuente: Elaboración propia

Respecto al indicador confort, la tabla 8 muestra las frecuencias y porcentajes totales para los indicadores confort, en ella observamos que en cuanto a la primera interrogante sobre ¿Las comodidades en la atención que brinda el servicio administrativo, hace que Ud., se sienta...?, en ella observamos que el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfecho, con un 61,5%, seguidamente en cuanto a la segunda afirmación sobre ¿Al efectuar sus trámites en las distintas oficinas administrativas, hacen que Ud., se sienta...?, en ella observamos que el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar muy insatisfechos con un 46,5%, en cuanto a la tercera interrogante sobre ¿Los ambientes de espera de la parte administrativa, hace que Ud., se encuentre...?, en ella observamos que el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfecho con un 51,4%.

Indicador: Calidad del servicio

Tabla 9

Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores calidad del servicio

	Muy insatisfecho	Algo Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo Satisfecho	Muy satisfecho	Total
¿El personal en su promesa y/o compromiso en cumplir algo en cierto tiempo; Ud., se encuentra...?	64 22,2%	176 61,1%	48 16,7%	0 0,0%	0 0,0%	288 100,0%
¿Con respecto al horario de atención de los servicios administrativos, Ud., se encuentra...?	20 6,9%	131 45,5%	136 47,2%	0 0,0%	1 0,3%	288 100,0%
Cuando el usuario tiene un problema, considera que el servicio administrativo de la UJCM, ¿muestra un sincero interés en resolverlo, y eso hace que Ud., se sienta...?	107 37,2%	118 41,0%	59 20,5%	4 1,4%	0 0,0%	288 100,0%

Fuente: Elaboración propia

Respecto al indicador de calidad del servicio, en ella observamos que para la primera interrogante sobre si ¿El personal en su promesa y/o compromiso en cumplir algo en cierto tiempo; Ud., se encuentra...?, según la tabla 9 observamos que el de mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 61,1%, en tanto que para la segunda interrogante sobre si ¿Con respecto al horario de atención de los servicios administrativos, Ud., se encuentra...?, en la tabla muestra que el de mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar indiferentes o ni satisfechos ni insatisfechos con un 47,2% y finalmente para la tercera pregunta sobre cuando el usuario tiene un problema, considera que el servicio administrativo de la UJCM, ¿muestra un sincero interés en resolverlo, y eso hace que Ud., se sienta...?, el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 41% del total de encuestados que representan a 288 encuestados.

Indicador: Garantía del servicio

Tabla 10

Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores garantía del servicio

	Muy insatisfecho	Algo Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo Satisfecho	Muy satisfecho	Total
¿Brinda de manera oportuna y precisa los servicios administrativos en la UJCM, permitiéndole a Ud., estar...?	46 16,0%	181 62,8%	55 19,1%	6 2,1%	0 0,0%	288 100,0%
¿El servicio administrativo de la UJCM es seguro en el cumplimiento de sus trámites administrativos, y ello le permite a Ud., estar?	23 8,0%	203 70,5%	56 19,4%	6 2,1%	0 0,0%	288 100,0%
¿Los tiempos requeridos en los trámites administrativos que realiza, le permiten a Ud., estar...?	40 13,9%	179 62,2%	66 22,9%	3 1,0%	0 0,0%	288 100,0%

Fuente: Elaboración propia

La tabla 10, muestra las frecuencias y porcentajes totales para los indicadores garantía del servicio, en ella observamos que para la primera interrogante sobre de si ¿Brinda de manera oportuna y precisa los servicios administrativos en la UJCM, permitiéndole a Ud., estar...?, según la tabla observamos que el mayor porcentaje se encuentra entre los que contestaron estar algo insatisfechos con un 62,8%, seguidamente para la segunda interrogante sobre si ¿El servicio administrativo de la UJCM es seguro en el cumplimiento de sus trámites administrativos, y ello le permite a Ud., estar?, según la tabla muestra que el mayor porcentaje se encuentra en la categoría de estar algo insatisfecho con un 70,5% y finalmente para la tercera interrogante sobre si ¿Los tiempos requeridos en los trámites administrativos que realiza, le permiten a Ud., estar...?, en ella encontramos que el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 62,2% del total de 288 encuestados.

Indicador: Cero riesgos, cero peligros, cero dudas

Tabla 11

Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores cero riesgos, cero peligros y cero dudas

	Muy insatisfecho	Algo Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo Satisfecho	Muy satisfecho	Total
¿En la resolución de sus casos, consultas y/o trámites que desarrolla el personal administrativo de la UJCM, hace que Ud., se encuentre?	67	125	90	6	0	288
	23,3%	43,4%	31,3%	2,1%	0,0%	100,0%
¿Las comodidades en la atención que brinda el servicio administrativo, hace que Ud., se sienta...?	17	138	93	40	0	288
	5,9%	47,9%	32,3%	13,9%	0,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

La tabla 11, muestra las frecuencias y porcentajes totales para los indicadores cero riesgos, cero peligro y cero dudas, en ella observamos que para la primera interrogante sobre ¿En la resolución de sus casos, consultas y/o trámites que desarrolla el personal administrativo de la UJCM, hace que Ud., se encuentre?, según la tabla muestra que el 43,4% de los encuestados manifestaron estar algo insatisfechos, en tanto que para la segunda interrogante sobre ¿Las comodidades en la atención que brinda el servicio administrativo, hace que Ud., se sienta...?, en ella observamos que el 47,9% de los encuestados manifestaron estar algo insatisfechos.

Indicador: Velocidad en el servicio

Tabla 12

Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores velocidad en el servicio

	Muy insatisfecho	Algo Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo Satisfecho	Muy satisfecho	Total
¿Respecto a tiempo de espera por las atenciones brindadas en los servicios administrativos, hace que Ud., se sienta...?	61 21,2%	158 54,9%	45 15,6%	24 8,3%	0 0,0%	288 100,0%
¿En los procesos de trámites que implica uno o más días, hace que Ud., pueda estar...?	53 18,4%	169 58,7%	64 22,2%	2 0,7%	0 0,0%	288 100,0%

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al indicador de velocidad en el servicio, en ella observamos que en cuanto a la primera interrogante sobre ¿Respecto a tiempo de espera por las atenciones brindadas en los servicios administrativos, hace que Ud., se sienta...?, según la tabla 12, observamos que el 54,9% de los encuestados manifestaron estar algo insatisfechos, que representa al mayor porcentaje, seguidamente respecto a la pregunta de si ¿En los procesos de trámites que implica uno o más días, hace que Ud., pueda estar...?, según la tabla muestra que el 58,7% de los encuestados manifestaron estar algo insatisfechos.

Indicador: Cumplimiento tiempo prometido

Tabla 13

Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores cumplimiento tiempo prometido

	Muy insatisfecho	Algo Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo Satisfecho	Muy satisfecho	Total
¿En el caso de que el personal administrativo señala fecha como respuesta a sus trámites administrativos de su interés, hace que Ud., se sienta...?	26 9,0%	224 77,8%	33 11,5%	5 1,7%	0 0,0%	288 100,0%
¿Por las atenciones recibidas por parte del personal administrativo, hace que Ud., esté...?	2 0,7%	183 63,5%	103 35,8%	0 0,0%	0 0,0%	288 100,0%

Fuente: Elaboración propia

La tabla 13 muestra las frecuencias y porcentajes totales para los indicadores cumplimiento tiempo prometido, según la tabla muestra que para la interrogante primera de si ¿En el caso de que el personal administrativo señala fecha como respuesta a sus trámites administrativos de su interés, hace que Ud., se sienta...?, según la tabla muestra que el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 77,8%, en tanto que para la segunda interrogante sobre si ¿Por las atenciones recibidas por parte del personal administrativo, hace que Ud., esté...?, en ella observamos que el de mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 63,5%.

Indicador: Cambios en el servicio

Tabla 14

Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores cambios en el servicio

	Muy insatisfecho	Algo Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo Satisfecho	Muy satisfecho	Total
¿La tecnología utilizada para los servicios que brinda las oficinas administrativas, hace que Ud., se encuentre...?	60 20,8%	190 66,0%	34 11,8%	4 1,4%	0 0,0%	288 100,0%
¿En la actualidad; con la tecnología que dispone y/o atienden sus trámites administrativos, permite que Ud., esté...?	57 19,8%	170 59,0%	54 18,8%	7 2,4%	0 0,0%	288 100,0%
¿Para Ud., cree que la UJCM, debe innovar su sistema tecnológico con el que atiende a los usuarios, situación que le permitirá estar...?	25 8,7%	138 47,9%	99 34,4%	6 2,1%	20 6,9%	288 100,0%

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la tabla 14 muestra las frecuencias y porcentajes totales para los indicadores cambios en el servicio, en ella se observa que en cuanto a la primera interrogante sobre ¿La tecnología utilizada para los servicios que brinda las oficinas administrativas, hace que Ud., se encuentre...?, en la tabla muestra que el 66% se mostraron estar algo insatisfechos, en tanto que para la segunda pregunta sobre si ¿En la actualidad; con la tecnología que dispone y/o atienden sus trámites administrativos, permite que Ud., esté...?, el de mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 59%, seguidamente para la tercera interrogante sobre si ¿Para Ud., cree que la UJCM, debe innovar su sistema tecnológico con el que atiende a los usuarios, situación que le permitirá estar...?, en esta interrogante observamos que el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 47,9% del total de encuestados.

Indicador: Mejora continua

Tabla 15

Frecuencias y porcentajes totales para los indicadores mejora continua

	Muy insatisfecho	Algo Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo Satisfecho	Muy satisfecho	Total
¿El personal que le brinda los servicios administrativos, hace que Ud., se encuentre...?	33 11,5%	155 53,8%	99 34,4%	1 0,3%	0 0,0%	288 100,0%
¿La capacidad con la que lo atienden en sus trámites administrativos, hace que Ud., se encuentre...?	47 16,3%	221 76,7%	19 6,6%	1 0,3%	0 0,0%	288 100,0%
¿Considera Ud., adecuado la difusión de los procedimientos administrativos, que brinda el personal administrativo, y ello hace que Ud., se sienta...?	50 17,4%	196 68,1%	41 14,2%	1 0,3%	0 0,0%	288 100,0%

Fuente: Elaboración propia

La tabla 15 muestra al igual que en los casos anteriores las frecuencias y porcentajes totales para los indicadores mejora continua, en la tabla se observa que para la primera interrogante sobre si ¿El personal que le brinda los servicios administrativos, hace que Ud., se encuentre...?, en la tabla muestra que el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 53,8% de los encuestados, seguidamente para la segunda interrogante sobre si ¿La capacidad con la que lo atienden en sus trámites administrativos, hace que Ud., se encuentre...?, el mayor porcentaje se encuentra entre los que contestaron estar algo insatisfechos con un 76,7% y finalmente para la tercera interrogante sobre si ¿Considera Ud., adecuado la difusión de los procedimientos administrativos, que brinda el personal administrativo, y ello hace que Ud., se sienta...?, según la tabla muestra que el mayor porcentaje se encuentra entre los que manifestaron estar algo insatisfechos con un 68,1%, que es el de mayor porcentaje.

4.2 Contratación de hipótesis

- **Contratación de la primera hipótesis específica:** Como primera hipótesis específica se ha planteado lo siguiente:

“El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto al trato personal, de la UJCM 2019”

Tabla N° 16

Prueba t student y nivel de significancia para contrastar que el nivel de significancia es satisfecho respecto al trato personal

	Valor de prueba = 4					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Trato personal	-8,360	287	0,056	-1,04000	-1,2900	-10,7900

Fuente: Elaboración propia

Formulación de hipótesis estadística al 5% de error:

- ✓ **Hipótesis Nula:** *El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto al trato personal, de la UJCM 2019*
- ✓ **Hipótesis Alternativa:** *El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, no es satisfecho respecto al trato personal, de la UJCM 2019*

Según la tabla 16, muestra que el valor de sig. es de 0.056, por tanto, mayor al 5%, consecuentemente rechazo la hipótesis alternativa y la hipótesis nula queda confirmada, es decir que: El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto al trato personal, de la UJCM 2019

- **Contrastación de la segunda hipótesis específica:** Como segunda hipótesis específica se ha planteado lo siguiente:

“El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la atención, de la UJCM 2019”.

Tabla N° 17

Prueba t student y nivel de significancia para contrastar que el nivel de significancia es satisfecho respecto a la atención.

Valor de prueba = 4						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Atención	-1,500	287	0,450	-1,18000	-1,2903	-2,0697

Fuente: Elaboración propia

Formulación de hipótesis estadística al 5% de error:

- ✓ **Hipótesis Nula:** *El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la atención, de la UJCM 2019.*
- ✓ **Hipótesis Alterna:** *El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, no es satisfecho respecto a la atención, de la UJCM 2019.*

Según la tabla 17, muestra que el valor de sig. es de 0.450, por tanto, mayor al 5%, consecuentemente rechazo la hipótesis alterna y la hipótesis nula queda confirmada, es decir que: El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la atención personalizada, de la UJCM 2019.

- **Contrastación de la tercera hipótesis específica:** Como tercera hipótesis específica se ha planteado lo siguiente:

“El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto al confiabilidad, de la UJCM 2019”

Tabla N° 18

Prueba t student y nivel de significancia para contrastar que el nivel de significancia es satisfecho respecto a la confiabilidad.

	Valor de prueba = 4					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Confiabilidad	-9,833	287	0,122	-1,36000	-7,4978	-11,2222

Fuente: Elaboración propia

Formulación de hipótesis estadística al 5% de error:

- ✓ **Hipótesis Nula:** *El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la confiabilidad, de la UJCM 2019*
- ✓ **Hipótesis Alterna:** *El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, no es satisfecho respecto a la confiabilidad, de la UJCM 2019*

Según la tabla 18, muestra que el valor de sig. es de 0.122, por tanto, mayor al 5%, consecuentemente rechazo la hipótesis alterna y la hipótesis nula queda confirmada, es decir que: El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto al confiabilidad, de la UJCM 2019

- **Contrastación de la cuarta hipótesis específica:** Como cuarta hipótesis específica se ha planteado lo siguiente:

“El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la seguridad, de la universidad José Carlos Mariátegui de Moquegua 2019”

Tabla N° 19

Prueba t student y nivel de significancia para contrastar que el nivel de significancia es satisfecho respecto a la seguridad.

	Valor de prueba = 4					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Seguridad	-12,457	287	0,048	-0,76000	-10,8826	-14,6374

Fuente: Elaboración propia

Formulación de hipótesis estadística al 5% de error:

- ✓ **Hipótesis Nula:** *El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la seguridad, de la UJCM 2019*
- ✓ **Hipótesis Alterna:** *El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, no es satisfecho respecto a la seguridad, de la UJCM 2019*

Según la tabla 19, muestra que el valor de sig. es de 0.048, por tanto, menor al 5%, consecuentemente se acepta la hipótesis alterna y rechazo la hipótesis nula, es decir que: El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, no es satisfecho respecto a la seguridad, de la UJCM 2019

- **Contrastación de la quinta hipótesis específica:** Como quinta hipótesis específica se ha planteado lo siguiente:

“El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a tiempos razonables, de la UJCM 2019”

Tabla N° 20

Prueba t student y nivel de significancia para contrastar que el nivel de significancia es satisfecho respecto a tiempos razonables.

Valor de prueba = 4						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Tiempos razonables	-3,381	287	0,063	-0,78000	-1,8989	-4,6514

Fuente: Elaboración propia

Formulación de hipótesis estadística al 5% de error:

- ✓ **Hipótesis Nula:** *El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a tiempos razonables, de la UJCM de Moquegua 2019*
- ✓ **Hipótesis Alterna:** *El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, no es satisfecho respecto a tiempos razonables, de la UJCM de Moquegua 2019*

Según la tabla 20, muestra que el valor de sig. es de 0.063, por tanto, mayor al 5%, consecuentemente rechazo la hipótesis alterna y la hipótesis nula queda confirmada, es decir que: El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a tiempos razonables, de la UJCM 2019.

- **Contrastación de la sexta hipótesis específica:** Como sexta hipótesis específica se ha planteado lo siguiente:

“El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la innovación, de la UJCM 2019”

Tabla 21

Prueba t student y nivel de significancia para contrastar que el nivel de significancia es satisfecho respecto a la innovación

	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Innovación	-3,144	287	0,076	-,78000	-1,8989	-4,6611

Fuente: Elaboración propia

Formulación de hipótesis estadística al 5% de error:

✓ **Hipótesis Nula:** *El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la innovación, de la UJCM 2019*

✓ **Hipótesis Alterna:** *El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, no es satisfecho respecto a la innovación, de la UJCM 2019*

Según la tabla 21, muestra que el valor de sig. es de 0.063, por tanto, mayor al 5%, consecuentemente rechazo la hipótesis alterna y la hipótesis nula queda confirmada, es decir que: El nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la innovación, de la UJCM 2019

4.3 Discusión de resultados

Esta investigación tuvo como objetivo, determinar el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo de la UJCM de Moquegua. 2019. Los principales resultados se muestran a continuación, en sus dimensiones de: *trato ético*, el mayor porcentaje se encuentra entre quienes manifestaron la categoría de estar algo insatisfecho con un promedio del 53.23%, tabla 5. *Maltrato*, un 49.87% de los entrevistados manifestaron estar algo insatisfechos y solo respecto al tiempo brindado a sus trámites, se encuentran ni satisfechos ni insatisfechos en un 39.2%, tabla 6. En cuanto a la dimensión de *Actitud*, el trato y la sapiencia en la atención, se tiene un promedio de 53.9%, en tanto que en la resolución de sus casos se tiene un 49% que se encuentran algo insatisfechos, tabla 7. Respecto a *Confort*, en sus tres ítems se tiene el resultado de que el 49.8% en promedio se encuentran algo insatisfechos, tabla 8.

En cuanto a *Calidad del servicio*, se tiene que un promedio del 49.2% se encuentran algo insatisfechos en sus tres ítems de: compromiso y/o promesa, respecto al horario, muestra de un sincero interés respectivamente, tabla 9. *Garantía del servicio*, se puede apreciar que se tiene un promedio del 65.1% que señalan estar Algo Insatisfechos, tabla 10. Respecto a *Cero riesgos, cero peligros, cero dudas*, se aprecia un promedio del 45.6% encontrarse Algo Insatisfechos, tabla 11. Respecto a la *velocidad en el servicio*, se tiene un promedio del 56.8% que se encuentran Algo Insatisfechos, tabla 12. En cuanto a *cumplimiento tiempo prometido*, arroja un promedio de 70.6% quienes se encuentran algo insatisfechos, tabla 13. *Cambios en el servicio*, en el ítem de tecnología utilizada se tiene un 66% de los entrevistados que se encuentran insatisfechos; respecto a la tecnología que dispone se tiene un 59% que están insatisfechos y en cuanto a innovación de sistema tecnológico se tiene que un 47.9% se encuentra algo insatisfechos, tabla 14. Y finalmente, respecto a *mejora continua*, se tiene que un promedio del 66.2% que se encuentran algo insatisfechos, tabla 15.

Respecto a estos los resultados obtenidos en cuanto a la satisfacción de estudiantes

por el servicio administrativo, en sus dimensiones se revela sesgos y/o diferenciales debido principalmente a que en algunos ítems los resultados fueron contundentes que hicieron que se ubicaran en las diferentes escalas de medición. Y a partir de los hallazgos revelados, y previa contrastación de hipótesis que plantea: *el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho en la Universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua 2019*. Se acepta dicha hipótesis.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene por (Bonifacio, 2007), quien señala que hay otros factores que convienen esta satisfacción a poca en los clientes externos, creando la necesidad de investigar el área de emergencia, finalmente se sugiere trabajar los componentes motivacionales de higiene de los colaboradores de salud. Asimismo, con lo sostenido con (Guardia, 2006), quien manifiesta que, el usuario externo se encontraba satisfecho con la calidad de atención de la consulta externa, debido que el intervalo de confianza del valor porcentual de 76,15% (intervalo de confianza 70,84-81,47%) de satisfacción del cliente que alcanza el estándar del cliente externo con 80%. Finalmente con, (Cervantes, 2016), al señalar que la investigación en cuanto a la variable “empatía” fue de mayor influencia en la satisfacción al usuario en hoteles de dos y tres estrellas del departamento de Abancay, seguido de “capacidad de respuesta” y finalmente “elementos tangibles”. Finalmente con lo afirmado por, (Chambilla, 2014), quien afirma que existe concordancia significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la sede central del Gobierno Regional de Moquegua, 2014 ($r= 0,65$; $p<0,01$), lo que implica que mientras más altas son las perspectivas que se tiene del servicio, mejor es la apreciación del servicio una vez recibido. Estos autores, coinciden con lo que en este estudio se halla.

Pero, en lo que no se concuerda con el presente estudio, es lo señalado por (Jorquera, 2012), quien señala que los hallazgos de la insatisfacción de las empresas líderes tienen similitud, además de identificar que el rol clave del colaborador (vendedor) en la apreciación del usuario conviene desde la experiencia en cuanto a ventas y la relevancia de la calidad encontrada en los trabajos que se realiza a los

vehículos. Así como, con (Soto, 2011), quien señala que, la mejora continua, se encuentra en la actitud de las autoridades de la entidad y personal que responde las necesidades.

Siendo necesario futuros estudios e investigaciones creemos pertinente para la comprobación de la existencia de resultados similares para ratificar con mayor solvencia y objetividad la satisfacción del estudiantado por el servicio administrativo, brindado en la UJCM.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Luego de realizada la presente investigación es que se concluye lo siguiente:

General

En esta tesis se determinó que, en el año 2019 en la Sede Moquegua de la UJCM, existe satisfacción en el servicio administrativo brindado a los estudiantes. Para llegar a tal conclusión, se han planteado objetivos específicos, para luego ser contrastados con pruebas estadísticas con márgenes de error del 5%, concluyendo de forma específica con las siguientes conclusiones:

Específicos

Primero: En esta tesis se determinó que el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto al trato personal, en la UJCM Moquegua 2019, con un valor de significancia, de 0.056 que es mayor a un alfa de 0.05, lo que demuestra estadísticamente, que existe un trato ético considerablemente aceptable en el servicio administrativo de la Universidad José Carlos Mariátegui.

Segundo: En esta tesis se determinó que el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la atención, en la UJCM de Moquegua en el año 2019, con un valor de significancia, de 0.450, que es mayor a

un alfa de 0.05, lo que demuestra estadísticamente que la Universidad José Carlos Mariátegui presenta un aceptable comportamiento actitudinal en sus colaboradores, y que además posee una infraestructura necesaria para un soporte de calidad en la atención al usuario.

Tercero: En esta tesis se investigó que el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la confiabilidad, en la UJCM Moquegua 2019, con un valor de significancia, de 0.122, que es mayor a un alfa de 0.05, lo que demuestra estadísticamente que el servicio administrativo de la Universidad José Carlos Mariátegui tiene la capacidad de cumplir con su función de la manera esperada por los estudiantes.

Cuarto: En esta tesis se determinó que el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es insatisfecho respecto a la seguridad, de la UJCM Moquegua 2019, con un valor de sig., de 0.048, que es menor a un alfa de 0.05, lo que demuestra estadísticamente que el servicio administrativo no cumple en minimizar el riesgo ante la credibilidad y confianza del proceso de atención de los trámites administrativos, requeridos por los estudiantes.

Quinto: En esta tesis se determinó que el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a tiempos razonables, de la UJCM Moquegua 2019, con un valor de sig., de 0,063, que es mayor a un alfa de 0.05, lo que demuestra estadísticamente que el servicio administrativo ofrece tiempos razonables en el proceso de atención en sus trámites administrativos.

Sexto: En esta tesis se investigó que el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo, es satisfecho respecto a la innovación, de la UJCM Moquegua 2019, con un valor de sig., de 0,076, que es mayor a un alfa de 0.05, lo que respalda estadísticamente que el servicio administrativo de la Universidad José Carlos Mariátegui presenta novedades y mejora continua en los procedimientos administrativos dirigidos a los estudiantes.

En efecto, luego de demostrar las seis hipótesis específicas, consecuentemente queda confirmada la hipótesis general planteada, en la cual el nivel de satisfacción de estudiantes por el servicio administrativo de la Universidad José Carlos Mariátegui de Moquegua en el año 2019, es satisfecho.

5.2 Recomendaciones

A continuación, y en base a las conclusiones planteadas, se desarrolla las siguientes recomendaciones:

General

Al Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Empresariales y Pedagógicas de la UJCM, en mérito a las conclusiones arriba señaladas y con el respaldo de las mismas, se ha formulado las siguientes recomendaciones, con la finalidad que se adopte como política empresarial interna, satisfacer al estudiante en la calidad del servicio, asimismo se tenga en consideración los resultados obtenidos de cada dimensión que han permitido medir la satisfacción del estudiante frente a la calidad de servicio que ofrece la Facultad en mención.

Específicos

Primero:

Con respecto a los resultados de la dimensión investigada seguridad, se ha demostrado la insatisfacción del estudiante, por lo que se recomienda fortalecer la práctica de habilidades que demuestren credibilidad y confianza en la entrega de información para el proceso de los trámites administrativos de interés del estudiante, a través de programas de capacitación, de forma inherente y permanentemente en todo el equipo de colaboradores que forman parte del servicio administrativo de la UJCM, para lograr seguridad en el mencionado servicio, de manera que lo señalado pueda otorgar el valor esperado por los estudiantes de la FCJEP a la Universidad José Carlos Mariátegui. (*Conclusión cuarta*)

Segundo:

Al Decano de la FJCEP y a los Directores y/o Coordinadores de las Oficinas Administrativas de la Facultad en mención, considerar como algo factible e imprescindible la permanencia de los resultados positivos obtenidos en las dimensiones que miden la satisfacción del estudiante, respecto al trato personal, atención, la confiabilidad, los tiempos razonables y la innovación, de tal manera que la práctica de mantener estos resultados permita agregarle el valor esperado al servicio administrativo de la UJCM y con una base fundamentada maximizar estos resultados en beneficio de la Universidad José Carlos Mariátegui. (*Conclusión primera, segunda, tercera, quinta y sexta*)

BIBLIOGRAFÍA

- Bachelet. (1992). *Desarrollo e implatación de un sistema para la medición de la satisfacción del cliente*. Estudio de la Satisfacción.
- Badues, J. C. (2015). *Valor del cliente y predicción del abandono en empresas de servicios con productos contractuales*. Sevilla: Universidad Pablo Olavide.
- Berry, L. B., & Cortina, A. (1989, 1996). *Principios éticos en el proceso de atención al cliente en las pequeñas empresas venezolanas*. Venezuela: Universidad Privada Rafael Bellosillo Chacín.
- Bonifacio, V. H. (2007). *Satisfacción del usuario externo en el área de emergencia del Hospital Grau, en relación con la motivación del personal de salud*. Lima - Perú: Universidad Nacional de San Marcos.
- Brooks. (1995). *Desarrollo e implantación de un sistema para la medición de la satisfacción del cliente*. Estudio de la Satisfacción del Cliente.
- Cacheda, A. (2011). *Definición, Maltrato infantil, Violencia de género*. EnfermeríaBlogspot.
- Cervantes, S. C. (2016). *Evaluación En La Calidad De Servicio Y Satisfacción Del Cliente En Los Hoteles De Dos y Tres Estrellas de Abancay*. Lima, Surco, Perú: Universidad ESAN.
- Chambilla, A. R. (2014). *La Calidad del Servicio y la Satisfacción del cliente de la Sede Central del Gobierno Regional de Moquegua*. Ciencia y Tecnología para el Desarrollo - UJCM Moquegua: Universidad José Carlos Mariátegui.
- Arias, (2011). *Seguridad I*, Conceptos Básicos. Pulso Económico
- RAE. (2017). *Definición de Innovación*. Real Academia Española - RAE.
- SalesUp. (2019). *Velocidad de respuesta es igual a ventas*. SalesUp. Pp 13
- Etimologias.dechile.net. (s.f.). *Radicación de la palabra Confiable*. Chile.
- Faura, F. J. (2015). *Promoción del buen trato y prevención del maltrato en la infancia en el ámbito de la atención primaria de la salud*.
- Group. (2014). *Definición y etimología de atención*.
- Guardia, G. A. (2006). *Satisfacción del usuario externo sobre la calidad de atención de Salud en el Hospital de la Base Naval*. Callao. Octubre - diciembre 2003. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Helena. (2018). *Etimología de tiempo*.

- Isla, E. L. (2017). *Satisfacción del cliente respecto al proceso de distribución de las empresas de consumo masivo de Lima Sur, Lima 2017*: Universidad César Vallejo.
- James, W. (1890). *Evaluación de la Atención en la Infancia y la Adolescencia*. Barcelona: Universidad Autonoma de Barcelona.
- Johnson., Anderson., &., & Fornell, &. (1995). *Desarrollo e implantación de un sistema para la medición de la satisfacción del cliente*.
- Jorquera, F. J. (2012). *Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que afectan la Evaluación de los Clientes*. Chile: Universidad de Chile.
- Liljander., & Strandvik, &. (1995). *Desarrollo e implementación de un sistema para la medición de la satisfacción del cliente*.
- Luhmann. (1996). *La teoría del riesgo y el manejo del concepto riesgo en las sociedades agropecuarias*. La Paz: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Mesa Editorial Merca, 2. (2010). *Garantía*.
- Parasuraman, & Berry, Z. y. (1988). *Sistema de Control de la Calidad*. Puebla: Universidad de las Américas - Puebla.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2010). *Definición de Confort*.
- Pérez Torres, V. C. (2007). *Calidad Total en la Atención Al Cliente*. España: IdeasPropias Editorial.
- Pérez, P., & Merino, &. M. (2014). *Definición de Buen Trato*.
- Pizzo, M. (2011). *Transmitir seguridad a los clientes*.
- Portilla, V. M. (2003). *Cumplimiento del servicio prometido a sus clientes*.
- Ruiz. (2001). *Identificación de las fallas en el servicio más comunes mediante la Técnica de Incidentes Críticos a un restaurante de la ciudad de Puebla*. Colección de Tesis Digitales Biblioteca UDLAP
- Santillán, A. G. (2007). *Diseño e Implementación de un sistema del programa operativo anual SISPOA*. Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales.
- Secord y Backman, 1. e. (s.f.). *Teoría General de las Actitudes*.
- Solorzano, B., & Aceves, L. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas*. Mexico: Instituto Tecnológico de Sonora.
- Soto, G. K. (2011). *Grado de satisfacción del usuario externo con la calidad de atención en la consulta externa que se desarrolla en el Centro Médico Esmil*. Ecuador: Universidad Técnica Particular de Loja.

- Sueiro, G. (2012). *¿Que es la confiabilidad?* Gestión Tendencias Pp. 41
- Torres, V. C. (2006). *Calidad Total en la atencion al cliente*. Vigo: IdeasPropias Editorial.
- Varela, C. G. (2011). *Cambio empresarial, por qué, cuándo y cómo gestionarlo*.
Universidad Libre Seccional Barranquilla
- Virgillito, D. (2017). *Por qué es importante ofrecer un buen servicio de atención al cliente*.
Marketing.