

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
ESCUELA DE POSGRADO**



INFORME DE TESIS

**LA CALIDAD DEL SERVICIO ADMINISTRATIVO
INFLUYE EN LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES
DE LA ESCUELA DE POSGRADO, UNHEVAL – HUÁNUCO,
AÑO 2017.**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGISTER EN GERENCIA PÚBLICA

TESISTA : Econ. ACCILIO TUCTO, EDVER

ASESOR : AMANCIO RODOLFO VALDIVIESO ECHEVARRIA

HUÁNUCO – PERÚ

2018

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación dedico a mis padres

Los que nunca me abandonaron en ningún día,

Cuando más los necesité.

A mis hijos y esposa por su apoyo en momentos

Difíciles.

AGRADECIMIENTO

Después de un intenso período de trabajo, hoy es el día: escribo este apartado de agradecimientos para finalizar mi trabajo de fin de grado. Ha sido un período de aprendizaje intenso, no solo en el campo científico, pero también a nivel personal:

A mis maestros y colegas de la Maestría de gerencia pública, de quienes he aprendido bastante, no sólo en el campo académico sino también en el ámbito de relaciones interpersonales.

A mi Asesor Dr. Amancio Rodolfo Valdivieso Echevarría, por las sugerencias y aportes que han permitido orientar el trabajo de investigación hacia el éxito.

Al personal que labora en la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, sin ellos, no habiéramos podido obtener la información elemental para la misma.

A mis padres que me han acompañado en todo este proceso de formación, motivándome a culminar mis metas.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación, tiene como objetivo general: Determinar la influencia de la Calidad de Servicio Administrativo en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Año 2017. Los objetivos específicos son: Determinar la influencia de la atención de la biblioteca en la satisfacción de los alumnos de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL 2017. Determinar la influencia de la atención de la secretaria en la satisfacción de los alumnos de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL 2017. Determinar la influencia de la atención de la Unidad Académica en la satisfacción de los alumnos de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL 2017. Determinar la influencia de la atención de la Unidad de Trámite Documentario en la satisfacción de los alumnos de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL 2017. Determinar la influencia de los elementos tangibles en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL. 2017. Así mismo se formuló el problema general: ¿Cómo influye la calidad del servicio administrativo en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Año 2017?, Se identificó: ¿Cómo influye la atención de la Biblioteca en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado? 2017? ¿Cómo influye la atención de secretaria en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado? 2017? ¿Cómo influye la atención de la Unidad Académica en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado? 2017? ¿Cómo influye la atención de la Unidad de Trámite Documentario en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado?

2017? ¿Cómo influyen los elementos tangibles en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado? 2017?

La investigación que se realizó en la tesis es de tipo Aplicativo, porque tiene como propósito medir el grado de influencia entre las variables, la calidad de servicio administrativo y la satisfacción de los estudiantes de la EPG de la UNHEVAL.

La conclusión general a la que se arribó ha sido: la calidad del servicio influye en la satisfacción del estudiante de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL de manera directa, es decir el 89.1% de la variación de la satisfacción del estudiante está explicada por la calidad del servicio el resto está explicado por otras variables no estudiadas. En la presente investigación se formularon estrategias de calidad del servicio para mejorar la satisfacción del estudiante de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL.

PALABRAS CLAVES: Calidad de Servicio, Satisfacción del usuario, Estrategia de Calidad de Servicio y Satisfacción.

SUMMARY

In this research work, has as a general objective: Determine the influence of the Quality of Administrative Service in the satisfaction of students of the Graduate School, UNHEVAL - Year 2017. The specific objectives are: Determine the influence of the care of the library in the satisfaction of the students of the Graduate School. UNHEVAL 2017. Determine the influence of the secretary's attention on the satisfaction of the students of the Graduate School. UNHEVAL 2017. Determine the influence of the attention of the Academic Unit in the satisfaction of the students of the Graduate School. UNHEVAL 2017. Determine the influence of the attention of the Documentary Processing Unit in the satisfaction of the students of the Graduate School. UNHEVAL 2017. Determine the influence of the tangible elements in the satisfaction of the students of the UNHEVAL Graduate School. 2017. Likewise, the general problem was formulated: How does the quality of the administrative service affect the satisfaction of the students of the Graduate School, UNHEVAL - Year 2017? It was identified: How the attention of the Library influences the satisfaction of the students of the Graduate School. 2017? How does the attention of the secretary affect the satisfaction of the students of the Graduate School? 2017? How the attention of the Academic Unit influences the satisfaction of the students of the Graduate School. 2017? How does the attention of the Document Processing Unit influence the satisfaction of the students of the Graduate School? 2017? How do the tangible elements influence the satisfaction of the students of the Graduate School? 2017? The research carried out in the thesis is descriptive and explanatory, because its purpose is to measure the degree of influence between the variables, the quality of

VII

administrative service and the satisfaction of the students of the EPH of the UNHEVAL.

The general conclusion reached was: the quality of the service influences the student satisfaction of the Graduate School of the UNHEVAL directly, that is, 89.1% of the variation in student satisfaction is explained by the quality of service the rest is explained by other variables not studied. In this research, quality service strategies were formulated to improve student satisfaction at the UNHEVAL Graduate School.

KEY WORDS: Quality of Service, User Satisfaction, Service Quality Strategy and Satisfaction.

INTRODUCCION

Día a día se viene utilizando con mayor importancia la calidad del servicio administrativo, como una manera de obtener una ventaja competitiva en el sector industrial, que los diferencie de sus competidores. Para lograr dicha calidad es necesario orientar a las empresas hacia los clientes, por ello es necesario que todos los esfuerzos de la organización busquen la satisfacción del cliente además de ir superando sus expectativas de nuestros clientes.

En la actualidad es muy importante que las empresas tengan en consideración que deben planificar estrategias que les diferencien de otras, esto se puede lograr a través de la prestación de servicios de alta calidad que satisfacen las necesidades y superan las expectativas de sus clientes, lo que a su vez consigue lealtad, fidelidad de los mismos y con ello se influye en la intención de recompra.

La presente investigación es sobre la influencia de la calidad de servicio administrativo en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL, la cual está enfocada en cinco dimensiones que son considerados para obtener un resultado veraz y confiable. Debido a que en estos últimos años se han venido presentando algunas quejas verbales por parte de los estudiantes respecto al servicio que brinda la empresa.

El presente trabajo de investigación consta de cinco capítulos.

En el primer capítulo, se encuentra el problema de la investigación que se ha elaborado en base las investigaciones, se ha tomado datos de muchas técnicas mediante una observación directa de la realidad y la experiencia nos servirán para realizar el trabajo práctico. El Primer Capítulo se trata de los temas: planteamiento

del problema, contextualización, análisis crítico, interrogantes, delimitación, justificación, objetivos: general y específicos e hipótesis.

El Segundo Capítulo trata del marco teórico, antecedente del problema, fundamentación filosófica, fundamentación técnica, categorías fundamentales, señalamiento de variables de la investigación y teorías sobre el tema.

El Tercer Capítulo sobre los temas: metodología, la forma de investigación, nivel o tipo de investigación, población y muestra, recolección de datos, procesamiento y análisis de datos.

El Cuarto Capítulo es la presentación de resultados y aborda los siguientes temas: análisis e interpretación de resultados, verificación de hipótesis.

El Capítulo Quinto: la propuesta de la investigación y objetivos que orientan a los resultados a base antecedentes, teorías e comprobación de la hipótesis general.

Conclusiones y sugerencias, que están redactadas a base de los objetivos planteados.

El investigador

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
RESUMEN	IV
SUMMARY	VI
INTRODUCCION	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	X

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema.	12
1.2. Formulación del problema.	15
1.2.1. Problema general.	15
1.2.2. Problemas específicos.	15
1.3. Objetivos de la Investigación	16
1.3.1. Objetivo General.	16
1.3.2. Objetivos Específicos.	16
1.4. Hipótesis y/o Sistema de Hipótesis.....	17
1.4.1. Hipótesis General.....	17
1.4.2. Hipótesis Específicas.	17
1.5. Variables	17
1.5.1. Operacionalización de las variables:	18
1.6. Justificación e importancia.....	18
1.6.1. Justificación	18
1.6.2. Importancia.	19
1.7. Viabilidad.....	19
1.8. Limitaciones	19

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes.....	20
2.2. Bases teóricas	26

**CAPÍTULO III
METODOLOGIA**

3.1. Tipo de Investigación	54
3.2. Diseño y Esquema de la Investigación.....	54
3.3. Población y Muestra.....	55
3.3.1. Población.....	55
3.3.2. Muestra	55
3.4. Definición Operativa de los Instrumentos de Recolección de Datos	56
3.5. Técnicas de Recojo, Procesamiento y Presentación de Datos Técnica: .	57

**CAPÍTULO IV
RESULTADOS**

4.1. Presentación de resultados.	59
4.2. Contratación de las Hipótesis Secundarias.	85
4.2.1. Contratación de la Hipótesis secundaria numero 01	85
4.2.2. Contratación de la Hipótesis secundaria Número 02	87
4.2.3. Contratación de la Hipótesis secundaria Número 03	90
4.2.4. Contratación de la Hipótesis secundaria Número 04	92
4.2.5. Contratación de la Hipótesis secundaria Número 04	94
4.3. Prueba de Hipótesis General	96

**CAPÍTULO V
DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

5.1. Contratación de los resultados obtenidos durante el trabajo de campo con los antecedentes.	¡Error! Marcador no definido. 101
5.2. Contratación de los resultados del trabajo de campo, con los referentes bibliográficos de las bases teóricas.....	102
5.3. Aporte Científico de la Investigación	103
CONCLUSIONES	1034
SUGERENCIAS	1056
BIBLIOGRAFIA	1067
ANEXOS	1089

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema.

La calidad en el servicio al usuario no es un tema reciente dentro de las instituciones públicas y privadas, ya que desde siempre los usuarios han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precios, 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. Actualmente, existe una gran y ardua competencia entre las empresas e instituciones públicas por ser el primero en obtener la atención del usuario, mismo que puede llegar a tardar un largo proceso para convertirse en un usuario principal, consistiendo en frecuentes visitas a la entidad, o bien, de varias adquisiciones del producto que se ofrece o servicio que se brinda, dependiendo del giro de la empresa o institución; pero que a su vez, puede bastar con solo un minuto de romper las políticas establecidas para la calidad en el servicio, para perder ese usuario y que este opte por ir hacia la competencia. Por lo anterior, no se debe perder el objetivo de cumplir con la satisfacción al cliente, y cuidar celosamente de ellos, procurando mantener un juicio razonable y mostrando siempre una buena imagen de la institución. Por los puntos planteados anteriormente, se cree que las instituciones públicas deben darse a la tarea de conocer temas estratégicos sobre la calidad del servicio al usuario, para poder desempeñarla correctamente dentro de la misma y

ampliar su cartera de usuarios, gracias a la creación de una imagen más óptima y seguido del aumento de recomendaciones, desarrollando un ambiente más confortable tanto para sus empleados, usuarios actuales y futuros usuarios.

La calidad de servicio en la administración pública es el nivel o grado de respuesta que dan los empleados, funcionarios o servidores públicos a las demandas y necesidades del ciudadano- usuario. Representa al mismo tiempo, la correcta utilización de los medios que permitan mantenerla. La profesionalización, la previsión en las acciones y la flexibilidad en la prestación del servicio, se tienen como los aspectos con los que se hace efectiva, y con los cuales se posibilita el logro de su fin primordial, que no es otro que alcanzar la mayor satisfacción del ciudadano- usuario, ante la acción de los empleados, funcionarios o servidores de la administración pública.

La calidad del servicio como tal resulta complicado de definir ya que se trata de un aspecto que varía de significado según la cultura; así, por ejemplo, en una Entidad Pública la buena atención en el servicio que prestan al ciudadano- usuario las diversas dependencias de la administración pública puede considerarse calidad, mientras que en otra puede ser la celeridad y simplificación de los trámites administrativos. En si la calidad en el servicio tiene que ver con muchos aspectos de la persona, de allí establece que para tener calidad se requiere ante todo calidad en los individuos. Es decir, una persona de calidad es aquella que posee y acepta

el deseo de cambiar; que acepta que todo puede ser perfectible y sujeto de ser mejorado; que se decide a tomar riesgos y a vivirlos.

Cuando un usuario acude a una institución pública lo primero que experimenta es una atención deficiente, la UNHEVAL, en especial la Escuela de Posgrado no es ajena a este problema, ya que los estudiantes que acuden a realizar sus trámites documentarios se van insatisfechos por falta de atención en la calidad de servicio que se ofrece. Esta insatisfacción que tienen los usuarios puede ser por diferentes factores como por ejemplo oficinas reducidas, que la infraestructura no cuente con una señalización adecuada para los estudiantes, faltan de uniformes distintivos del personal administrativo, constantes cambios en el personal administrativo de la Escuela de Posgrado.

En la actualidad, la calidad en el servicio al usuario es una parte vital para el buen desempeño de cualquier empresa o institución pública, es necesario ofrecer un buen trato o servicio al usuario para poder destacar y sobresalir en un mercado globalizado como es ahora, donde la competencia es ardua sin importar el giro donde se labore. Es importante mencionar que se debe tener una comunicación interna buena dentro de la institución pública y saber de la necesidad del usuario para brindarle una atención adecuada que cumpla sus expectativas. De allí la importancia del presente trabajo de investigación para ser utilizado como un documento para facilitar el proceso administrativo, de tal manera esta investigación podrá constituir una herramienta para el desempeño de una mejor calidad de servicio a los estudiantes de la Escuela de posgrado – UNHEVAL.

De allí la importancia que tiene la calidad de servicio que ofrece la Escuela de Posgrado para el logro de los objetivos trazados por las autoridades, en cuanto crecimiento y posicionamiento a nivel regional y nacional. El presente trabajo de investigación se desarrollará para saber cuáles son nuestras debilidades como Institución Pública en cuanto a la calidad de servicio que se ofrece para poder mejorar dicha calidad de servicio de la Escuela de Posgrado – UNHEVAL.

1.2. Formulación del problema.

De acuerdo a la naturaleza de la investigación se formula el problema con las siguientes interrogantes:

1.2.1. Problema general.

PG: ¿Cómo influye la calidad del servicio administrativo en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Año 2017?

1.2.2. Problemas específicos.

PE₁: ¿Cómo influye la atención de la Biblioteca en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. 2017?

PE₂: ¿Cómo influye la atención de secretaria en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. 2017?

PE₃: ¿Cómo influye la atención de la Unidad Académica en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. 2017?

PE₄: ¿Cómo influye la atención de la Unidad de Trámite Documentario en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. 2017?

PE₅:¿Cómo influyen los elementos tangibles en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. 2017?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General.

OG: Determinar la influencia de la Calidad de Servicio Administrativo en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Año 2017.

1.3.2. Objetivos Específicos.

OG₁:Determinar la influencia de la atención de la biblioteca en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL 2017.

OG₂:Determinar la influencia de la atención de la secretaria en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL 2017.

OG₃:Determinar la influencia de la atención de la Unidad Académica en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL 2017.

OG₄:Determinar la influencia de la atención de la Unidad de Tramite Documentario en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL 2017.

OG₅:Determinar la influencia de los elementos tangibles en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL. 2017.

1.4. Hipótesis y/o Sistema de Hipótesis

1.4.1. Hipótesis General.

HG:La calidad de servicio administrativo influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Año 2017.

1.4.2. Hipótesis Específicas.

HE₁:La atención de la Biblioteca influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

HE₂:La atención de la secretaria influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

HE₃:La atención de la Unidad Académica influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

HE₄:La atención de la Unidad de Trámite Documentario influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

HE₅:Los elementos tangibles influyen en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

1.5. Variables

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICION OPERATIVA
Calidad de servicio administrativo	La calidad del servicio es el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latente de los clientes”
VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICION OPERATIVA
Satisfacción de los estudiantes	La satisfacción del cliente es la evaluación que hace de un bien o servicio en términos de si ha cumplido sus necesidades y expectativas. El no satisfacer necesidades y expectativas resulta en insatisfacción con el bien o servicio.

1.5.1. Operacionalización de las variables:

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
VARIABLE INDEPENDIENTE Calidad de servicio administrativos	Atención de la Biblioteca	*Atencion Personalizada *Mobiliario adecuado *Material bibliografico * Recursos Digitales	Tipo de Investigación: Aplicada. Nivel de Investigación: Descriptivo - Explicativo Diseño: No experimental, transversal. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS Técnica: <input type="checkbox"/> Encuesta Instrumento: <input type="checkbox"/> Cuestionario
	Atención de secretaria	*Respeto *Trato adecuado *Claridad en la información *Comprension de las necesidades	
	Atención en la Unidad Académica.	*Confianza *Celeridad *Amabilidad	
	Trámite Documentario	*Segimiento a los documentos *Capacidad de Respuesta *Celeridad en la informacion de pagos	
	Elementos tangibles	*Infraestructura *Mobiliario	
VARIABLE DEPENDIENTE Satisfacción de los estudiantes de la escuela de post grado	Fiabilidad	*Cumplimiento de promesas *Asertividad *Interes por cumplir lo prometido	
	Capacidad de respuesta	*Rapidez *Disposicion a ayudar *Creatividad	
	Empatia	*Horario conveniente *Atencion personalizada *Comprension de las necesidades	

1.6. Justificación e importancia.

1.6.1. Justificación

En base a la descripción del problema planteado, existen los siguientes motivos para justificar que este estudio deba efectuarse:

El presente trabajo de investigación sobre la calidad de servicio administrativo y su influencia en los estudiantes de la Escuela de Posgrado

de UNHEVAL, permitirá realizar un análisis basado en resultados que a la vez nos permitirán encontrar soluciones estratégicas y concretas al problema principal, de esta manera se podrá dar soluciones concretas para mejorar la calidad de servicio administrativo hacia los alumnos de la Escuela de Posgrado – UNHEVAL.

1.6.2. Importancia.

La importancia del presente trabajo de investigación sobre calidad de servicio administrativo y su influencia en los estudiantes de la Escuela de Posgrado de UNHEVAL, radica que en base a los resultados que se obtienen se podrá sugerir planes de mejora de los servicios administrativos, por ende se logre un mejor posicionamiento de la EPG – UNHEVAL, a nivel local, regional y nacional, además los resultados obtenidos servirán para otras instituciones como marco de referencia sobre la calidad de servicio administrativo.

1.7. Viabilidad.

El presente trabajo de investigación es viable ya que se cuenta con el acceso a la información y con los recursos necesarios para el desarrollo del problema de investigación.

1.8. Limitaciones

Las limitaciones en el desarrollo del presente trabajo de investigación son: Escasa producción investigativa que no ayuda a la obtención de mayor información.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1.1. Antecedentes.

Luego de haber realizado la revisión de las bibliográficas relacionadas a la presente investigación, se ha llegado a establecer el siguiente marco teórico.

2.1.2. A Nivel Internacional

A. Mejía (2012), en la tesis titulada **“Percepción de un grupo de colaboradores de nivel operativo en una empresa de servicio al cliente, acerca de los beneficios de un programa de calidad de la ciudad de Guatemala”**, cuyo objetivo fue conocer los beneficios de un programa de calidad implementado en el año 2007, en este se establecieron los avances que el programa ha tenido, y que el mismo pretende institucionalizar la cultura de calidad para lograr la mejora continua en el servicio de los clientes internos y externos. La investigación fue de tipo cualitativa y el instrumento manejado fue una entrevista semiestructurada, conformada por una serie de preguntas abiertas, que abarcó nueve áreas a cubrir, basadas en el programa actual ya mencionado, siendo estas: cultura de calidad, tener una visión, búsqueda de soluciones, pensar sencillo, asegurarse, no asumir responsabilidad y compromiso, se aplicó en forma individual a diez sujetos, obteniendo como resultado que las percepciones sobre los beneficios del programa de calidad en su implementación son: crecimiento laboral, calidad en los resultados, cambio de actitud, mejoramiento en el servicio al cliente y conciencia en hacer las cosas bien desde la primera vez. Se recomendó

darle seguimiento al programa de calidad, por medios de comunicación interna, para que fomenten la divulgación de los lineamientos del programa, con el fin de que los mismos sean parte de la filosofía de trabajo de todos los colaboradores.

B. Hernández, H (2009), menciona en la revista venezolana de Gerencia, que se realizó una investigación en una tienda por departamentos del Estado Zulia en donde su objetivo fue evaluar la calidad de servicio y la importancia del recurso humano específicamente a los empleados de atención al cliente. La muestra fue escogida entre clientes de dos tiendas, ubicadas en la ciudad de Maracaibo, el instrumento aplicado fue un cuestionario de elección múltiple, en donde se evidenció que la atención al cliente como servicio es percibida por los clientes como regular-mala; Por lo tanto debe ser mejorada en sus áreas críticas, también se determinaron factores de interés según preferencias clientelares todos relacionados con el recurso humano, se recomendó diseñar un programa de entrenamiento en calidad de servicio para los empleados, ya que calidad de servicio es una estrategia básica para enmarcar la estructura y funcionalidad organizativa dentro de parámetros que consideren las expectativas y necesidades clientelares, la importancia del recurso humano para dar respuesta a estas exigencias debe ser determinante para garantizar la calidad de los servicios que ofertan.

2.1.2. A Nivel Nacional.

A. Jeans Arnold Roque Bonilla (2016), realizó en su trabajo de investigación titulado; **“Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la MYPE comercial “San Martín” –**

Chiclayo". Tesis para optar el Título Profesional de licenciado en administración, en la Universidad Señor de Sipan. De la cual se extraen las principales conclusiones:

El nivel de la gestión administrativa en la Mype Comercial "San Martín" es medio debido a que el 64% de los trabajadores de la empresa se encuentra totalmente de acuerdo en que la empresa se aplican estrategias de gestión administrativa.

El nivel de calidad de servicio en la Mype Comercial "San Martín" es medio debido a que el 53% de los clientes indica estar de acuerdo en que la empresa brinda servicios de calidad al momento de comercial sus productos.

B. Yenny del pilar Castañeda Malca (2015), Realizo en su trabajo de investigación titulado: **"La gestión administrativa y su relación con el nivel de satisfacción de los estudiantes en la escuela de postgrado de la universidad nacional pedro Ruiz Gallo-2015."**, Tesis realizada en la universidad Señor de Sipan, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración Pública. De la cual se concluye las principales conclusiones:

En cuanto a los elementos de la satisfacción del servicio se obtuvieron los resultados promedios del 2, 68 los elementos tangible, 2, 19 la fiabilidad, 2, 18 la capacidad de respuesta, el 2, 21 la seguridad y el 2, 11 la empatía, siendo la calidad un elemento subjetivo, es necesario inducir en el proceso de la gestión administrativa, para que por añadidura se mejore la calidad.

En cuanto a los elementos influyentes de la gestión administrativos como son la planificación, la organización, la Dirección y el control influyen directamente en el nivel de satisfacción de los estudiantes de la E.P.G. ya que si bien da como resultado el 2,84 con 71% de satisfecho, ello nos indica que hay que mejorar muchos factores de la calidad.

C. Grover Oliver Quichca Torres (2012), Realizo en su trabajo de investigación titulado, “Relación entre la calidad de gestión administrativa y el desempeño docente según los estudiantes del I al VI ciclo 2012 - I del Instituto superior particular “La Pontificia” del distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho - Perú”. Para optar al grado de Magister en Educación con mención en Gestión de la Educación, en ella concluye que:

Existe una relación significativa entre las dimensiones de la Gestión Administrativa y el Desempeño Docente según los estudiantes del I al VI Ciclo - 2010 – I del Instituto Superior Particular “La Pontificia” del Distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho-Perú, puesto que existe una asociación significativa entre la Gestión Académica y el Desempeño Docente ($\chi^2= 63.80$; $p=0.00 < 0.05$) así como también existe una asociación significativa baja entre el Ambiente Físico y el Desempeño Docente ($\chi^2= 21.43$; $p=0.00 < 0.05$).

La proporción de estudiantes del I al VI Ciclo -2010 – I del Instituto Superior Particular “La Pontificia” del Distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho, que califican como buena la Gestión Administrativa”, es 16.13% (al 95% I $=<>$ 9.66%;22.60%) el cual es muy bajo y con la evidencia

muestral se concluye que no es buena, además el 45.97% de los estudiantes califican como regular la Gestión Administrativa.

D. Janeth del Pilar Calero Mora (2015), realizó la investigación titulada; “Gestión administrativa y calidad de los servicios en la municipalidad provincial de Huaral en el año 2015” tesis realizada para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, llegó a la siguiente conclusión:

La gestión administrativa, debe ser adecuadamente llevada si contamos con personal adecuado que quiera brindar sus servicios sin ningún tipo de problemas, donde se planifique, donde se establezca una buena organización, que haya un liderazgo que trate de comprometer a todos sus colaboradores y tratar de lograr los objetivos, y también se trate de implementar un buen sistema de control, para verificar las actividades de la organización.

2.1.3. Local.

A. Ochoa Romero, Alejandro tesis titulado “La Calidad en el Servicio Administrativo y la Satisfacción de los usuarios de la UNHEVAL, Huánuco - 2014”, cuyo objetivo de la investigación fue determinar la relación que existe entre la calidad en el servicio administrativo y la satisfacción de los usuarios de la UNHEVAL”, cuyo metodología utilizado fue descriptivo – correlacional, cuya muestra para el trabajo de investigación fue 373 usuarios de la UNHEVAL, a quienes se encuestaron respecto a la satisfacción percibido llegando a las siguientes conclusiones: Se ha

determinado que las expectativas de los usuarios en la calidad de los servicios administrativos nos señala que el nivel es “igual a lo que me esperaba o medianamente importante”. Las subdirecciones que más puntuación arrojaron en el cuestionario aplicado a los usuarios fueron: la factibilidad con 3,12 puntos, la empatía con 3,08 puntos.

B. Barrueta Salazar, Luis Henry en su tesis titulado “Influencia de la Banca Móvil en la Satisfacción de Clientes del BBVA Continental - Huánuco, El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar y analizar el servicio de la banca móvil y su efecto en el nivel de satisfacción de los clientes del Banco Continental en la ciudad de Huánuco. El tipo de investigación fue aplicada, la muestra del trabajo de investigación fue probabilístico aplicando el cálculo muestral obteniendo 133 clientes; a quienes se les aplicó la encuesta, se llegó a las siguientes conclusiones: Se ha confirmado que los servicios de banca móvil que ofrece el BBVA Continental tienen un efecto directo y positivo en el nivel de satisfacción percibido por sus clientes de la ciudad de Huánuco con un promedio de 46.6% (62 encuestados) que están muy satisfechos con este servicio, 46.6% (62 encuestados) que solo están satisfechos y un mínimo de 6.8% (9 entrevistados) que están poco satisfechos es decir la gran mayoría de los clientes encuestados están más que satisfechos con este servicio que el BBVA Continental ha implementado como parte de su estrategia de canalización. En cuanto a la satisfacción percibida por nuestros clientes en el uso de los servicios SMS que ofrece la banca móvil del BBVA Continental. Para el servicio de avisos y alertas, el mayor promedio 54.9% (73 encuestados) lo consideran como bueno, seguido de

un 36.1% (48 encuestados) que manifiestan que es regular. Para el servicio de banca por SMS el mayor promedio 86.5% (115 encuestados) lo consideran como bueno, mientras que solo un 6.8% (9 encuestados) le dieron una calificación regular. Para el servicio de Chat SMS el mayor promedio 36.8% (49 encuestados) lo calificaron como bueno, seguido de un 33.1% (44 encuestados) que lo calificaron como regular y un 24.1% (32 encuestados) que desconocen este servicio. En conclusión, podemos afirmar que los tres servicios SMS que ofrece la plataforma de banca móvil del BBVA Continental, generan una influencia positiva en el nivel de satisfacción de sus clientes de la ciudad de Huánuco.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Calidad de Servicio administrativos.

Zeithaml, Parasuraman y Berry Citado Tirado, K. (2014), define: La calidad del servicio es el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latente de los clientes”

Calidad es:

- ❖ Cumplir sistemáticamente con los requerimientos, para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes o usuarios.
- ❖ Es la satisfacción de las necesidades y expectativas razonables de los clientes a un precio igual o inferior al que ellos asignan al producto o servicio en función del “Valor” que han recibido o percibido.

- ❖ Es la coherencia entre el ser y su esencia. Implica un proceso de búsqueda constante de la excelencia con compromiso, partiendo de los esfuerzos individuales para luego darle la dimensión en forma colectiva y, así obtener la posesión en plenitud de las características específicas.

La gestión de la calidad, según la norma internacional ISO 9004, se basa en ocho principios, desarrollados con la intención de que la alta dirección de las empresas los emplee para liderar la organización hacia un mejor desempeño. Ellos son:

- Enfoque al cliente.
- Liderazgo.
- Participación del personal.
- Enfoque a los procesos.
- Enfoque de sistema para la gestión.
- Mejora continua.
- Toma de decisiones basadas en hechos.

La Calidad permite proporcionar un producto o servicio a los consumidores, que satisface plenamente las expectativas y necesidades de éstos a un precio que refleja el valor real del producto o servicio que los provee. En la actualidad se convierte en una ventaja para atraer a los clientes y crea la confianza necesaria que facilita la fidelización del comprador. Las organizaciones que buscan ofrecer calidad tenemos una serie de principios de calidad estos son:

- **Fortalecer los sistemas y procesos:** Una organización que posee sistemas y procesos de trabajo interdependientes permite responder con mayor rapidez y eficacia a las demandas del mercado y de los clientes a los que se dirige la empresa.
- **Motivar la participación del personal y el trabajo en equipo:** Aquellos trabajadores en contacto directo con los clientes conocen cuáles son sus necesidades, recogen sus sugerencias u opiniones y pueden realizar propuestas de mejora en cuanto al funcionamiento del servicio .Además, si la institución pública o privada trabaja bajo una cultura de servicio, el trabajo en equipo es fundamental para conseguir que surjan mejores ideas de trabajo o innovación con respecto a la oferta que realiza la institución pública o privada a sus clientes.
- **Mejorar la coordinación y la comunicación:** Una adecuada política de comunicación por parte de la institución pública o privada, donde la información fluya a todos los niveles, exista la posibilidad de compartir conocimientos y aprendizaje y se escuche las opiniones de los trabajadores, es el elemento clave para lograr este objetivo.

OBJETIVO DE CALIDAD DE SERVICIO ADMINISTRATIVA.

La aplicación de un Modelo de Gestión Administrativa persigue los objetivos siguientes:

- ❖ Optimizar los procesos de gestión, logrando un trabajo más eficaz y fácil de realizar.
- ❖ Mejorar los productos o servicios que se ofrecen a los clientes.

- ❖ Establecer procedimientos de seguimiento y control de los procesos internos y de los productos o servicios, de tal forma que se facilite la toma de decisiones a partir del conocimiento de la situación existente y de su evolución histórica.

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Intangibilidad. Los servicios son intangibles. Al contrario de los artículos, no se les puede tocar, probar, oler o ver. Los consumidores que van a comprar servicios, generalmente no tienen nada tangible que colocar en la bolsa de la compra.

Heterogeneidad. Los servicios varían. Al tratarse de una actuación – normalmente llevada a cabo por seres humanos – los servicios son difíciles de generalizar, incluso los cajeros más corteses y competentes pueden tener días malos por muchas razones, e inadvertidamente pasar malas vibraciones al cliente o cometer errores.

Inseparabilidad de producción y consumo. Un servicio generalmente se consume mientras se realiza, con el cliente implicado a menudo en el proceso. Una deliciosa comida de restaurante puede estropearla un servicio lento o malhumorado, y una transacción financiera rutinaria puede echarse a perder por una cola de espera inacabable o un personal sin preparación.

Caducidad. La mayoría de los servicios no se pueden almacenar. Si un servicio no se usa cuando está disponible, la capacidad del servicio se

pierde. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, explicados o representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación.

Intangibles: no se conoce su calidad y resultado hasta que se recibe, no se pueden sentir, percibir, oler y oírse. Esta es la característica más básica de los servicios. Consiste en que estos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse, ni olerse antes de la compra.

2.2.2. Atención de la Biblioteca

Jacques Horovits (2012), define: La palabra biblioteca proviene del latín biblioteca, Desde un punto de vista estrictamente etimológico, como el lugar donde se guardan libros. Sin embargo, en la actualidad esta concepción se ha visto superada para pasar a referirse tanto a las colecciones bibliográficas y audiovisuales¹ como a las instituciones que las crean y las ponen en servicio para satisfacer las necesidades de los usuarios.

Usuarios en la biblioteca especializada : Generalmente, en los manuales de biblioteconomía, cuando se analizan las diferencias entre las bibliotecas públicas y las especializadas o centros de documentación, se habla de la diferencia en el tipo de información, las variantes en su catalogación, en el sistema de clasificación, la emisión de productos documentales distintos, el papel de los thesaurus, medios telemáticos, etc., pero pocos hacen hincapié en las diferencias en la atención al usuario que comporta el trabajar en una biblioteca especializada.

Cómo llegar a los clientes potenciales desde una biblioteca especializada:

Las bibliotecas especializadas se encuentran por lo general con el hándicap de ser poco conocidas por aquellos profesionales, investigadores, estudiantes y público en general susceptibles de estar interesadas en su temática. Por lo tanto, una vez valorado el fondo documental especializado y evaluado provisionalmente su idoneidad (con una mayor afluencia posterior de lectores dicha valoración será más definitiva) es urgente que el conocimiento de la existencia de la biblioteca llegue a sus potenciales usuarios. Lo primero planteará el profesional de bibliotecas es la realización de una campaña de marketing, que tendrá dos premisas insoslayables:

- El diseño de la campaña en sí, que es lo propio, lo más específico de mi biblioteca y como puedo "venderlo".
- A quién va dirigida la campaña.

2.2.3 Atención de secretaria

Oliver Olvera Romero (2011), define: La atención al cliente es una parte fundamental de una empresa. El trato con los consumidores es crucial ya que de ello depende en gran parte el grado de satisfacción de los mismos con los bienes o servicios que le ofrece dicha empresa. Por tanto, un buen servicio de atención al cliente generará más fidelidad por parte de este hacia la empresa en cuestión.

Existen **estrategias para incrementar la fidelidad**. Acciones que, como secretarías virtuales, ponemos en marcha cada vez que tenemos que tratar una llamada relacionada con la atención al cliente. Estas son las claves que ponemos en marcha como asistentes online para conseguir la

satisfacción de un cliente en el trato directo y, en consecuencia, proceder a fidelizarle.

La atención al cliente como base de la fidelidad es el cliente que siempre lleva la razón: manual de atención al cliente:

Hay que tratar a los clientes como personas. Uno de los grandes errores que muchas empresas cometen es tratar a sus consumidores como meros datos y números. Es importante tener en cuenta al cliente y tratarle dentro de lo posible de manera personalizada. Un asistente online sabe muy bien en qué consiste esto. Y es que la **secretaria virtual** debe gestionar la atención al cliente de la manera más directa y personalizada posible para que este se sienta más valorado.

Hacer al consumidor feliz supondrá un mayor beneficio a largo plazo.

Algunas acciones no tienen un efecto de beneficio a corto plazo; es más, a veces hay que perder al principio para poder ganar más al final. La secretaria deberá invertir en acciones que beneficien al cliente en el corto plazo, porque en realidad está invirtiendo en el futuro. ¿Por qué? Si el consumidor está satisfecho con el trato y servicio recibido por parte de la secretaria virtual, la fidelidad de este con la marca se consolidará.

El cliente tiene poder de decisión. No se trata de seguir la premisa de “el cliente siempre lleva la razón” pero sí que hay que considerar al consumidor como una parte importante de la empresa. Al fin y al cabo, sin él no habría negocio. Por eso, la secretaria debe tratarle con la importancia que se merece, y darle la opción de poder elegir y decidir. Durante la conversación trata de ofrecer diversas alternativas al problema planteado, y demuestra un conocimiento de la problemática. Otra recomendación para

el trabajo como asistentes virtuales es que, cuando se vaya a hacer algún cambio en el servicio que vaya a afectarle procedamos a consultárselo con una llamada proactiva por nuestra parte. En muchos casos, esta tarea corresponde a la secretaria virtual, previa consulta con el propietario del negocio en cuestión.

Cuidar las redes sociales. Las redes sociales tienen un gran poder para las empresas. Son ya varios los clientes que quieren que, entre las tareas de sus asistentes online, se encuentre la atención al cliente por medio de los Social Media. Suponen una forma de llegar a los clientes y construir una buena imagen de marca. Actualmente vivimos en una época de auge en cuanto a las redes sociales. Gran parte de la población tiene perfiles en las distintas redes sociales. Para las empresas es, Además, mediante la social media se permite una relación más cercana con los consumidores y consolidar la fidelidad a la marca.

2.2.4 Atención en la Unidad Académica

Martha Elena Vargas Quiñones (2014), refiere: Asesoramos a las unidades académicas que solicitan nuestra intervención o derivan a sus alumnos para brindarles atención psicológica. Además, si se requiere, recibimos solicitudes de elaboración de diversos tipos de informes (permanencia, reincorporación, retiro de cursos, entre otros). Asimismo, respondemos a pedidos especiales, como evaluaciones grupales o la creación de talleres para poblaciones específicas.

Facultades

Las facultades son las dependencias básicas y fundamentales de la estructura académico administrativa de la Universidad, con la autonomía que los estatutos y los reglamentos les confieren para darse su organización interna, administrar sus recursos, planificar y promover su desarrollo, coordinar, dirigir y administrar investigación, docencia y extensión, en todas sus modalidades y niveles, en un área del conocimiento o en áreas afines. Son dirigidas por un decano y el consejo de la facultad.

Las facultades colaboran entre sí y se prestan servicios en forma solidaria para desarrollar la misión, los principios y los objetivos de la Universidad, y para cumplir sus propios objetivos.

Escuelas

La función esencial de las escuelas es el desarrollo de las profesiones, apoyado fundamentalmente en la investigación aplicada. Tienen líneas consolidadas de investigación, o de extensión en asesorías o consultorías, y programas de maestría, doctorado o posdoctorado; además pueden desarrollar programas de pregrado y especializaciones, de carácter profesional, otras actividades de extensión y ofrecer cursos de servicio. Están a cargo de un director, asesorado por un comité.

Institutos

La función esencial de los institutos es el desarrollo de las disciplinas académicas, fundamentado en la investigación. Tienen líneas consolidadas de investigación y programas de maestría, doctorado o posdoctorado; además pueden desarrollar programas de pregrado y especializaciones, de

carácter académico, labores de extensión y ofrecer cursos. Están a cargo de un director, asesorado por un comité.

Corporaciones

Además de las condiciones exigidas para los institutos o las escuelas, deben cumplir las siguientes: desarrollar trabajo interdisciplinario que corresponda a varias facultades, reunir un mínimo de investigadores o consultores de renombre nacional o internacional, manejar un volumen considerable de proyectos, o proyectos de magnitud, y desarrollar tareas de investigación en asocio con entidades nacionales o internacionales.

2.2.5 Trámite Documentario

Victor Manuel Quijano Portilla (2013), define. Trámite Documentario es una aplicación que permite a las organizaciones tener el control de la ubicación física y estatus, actual y pasado de la documentación que llega, fluye y se genera dentro de ellas; y en base a estos datos mostrar estadísticas que permitan analizar pasos repetitivos o que no agreguen valor y los cuellos de botella para mejorar los flujos de los documentos dentro de la organización.

La organización se ve beneficiada:

Al disminuir el tiempo promedio en el trámite o atención de un documento, debido a que se eliminan tareas repetitivas, se evitan olvidos y/o documentos extraviados y se generan avisos y recordatorios por correo electrónico.

Al disminuir el uso de papel, reduciendo drásticamente los gastos por este concepto.

Al ubicar rápidamente un documento ya sea que se encuentre este en trámite o con su proceso concluido y ya almacenado, ahorrando tiempo de búsquedas al no tener que sumergirse en voluminosos archivos físicos para ubicar un determinado documento.

Estandarización de la documentación emitida (cartas, memos, oficios, resoluciones, convenios, etc.)

✓ Trámite Documentario registra todos los documentos que ingresan o se generan en una organización, creando para estos y otros que se vayan añadiendo durante su trámite, una carpeta virtual por medio de la cual es fácilmente identificable la persona, el puesto de trabajo y el momento en que dicha carpeta fue procesada.

✓ Trámite Documentario simula un escritorio virtual con bandejas de entrada y salida y área de trabajo, envía avisos a las personas a las que se derivan las carpetas virtuales y les permite actuar solo sobre ellas. La seguridad de Trámite Documentario impide accesos no autorizados a los documentos y accesos de solo lectura o modificación cuando se requiera. Si los tiempos de atención son excedidos puede configurarse avisos a los usuarios o a sus jefes.

2.2.6 Elementos tangibles

Claudia Hernández Castillo (2012), define: Por lo general productos tangibles son aquellos bienes que deben ser manufacturados, despachados y entregados, es decir, aquellos que se pueden ver, tocar, ensayar o probar, pueden ser inspeccionados, necesitan espacio, se pueden estropear, deben ser inventariados y distribuidos.

Por ejemplo: “No me gustan los regalos simbólicos: prefiero las cosas tangibles”, “Necesito conseguir algún logro tangible para evitar que me despidan”, “Nuestra gestión ha conseguido resultados tangibles en todas las áreas”.

Lo tangible, en definitiva, es aquello a lo que se puede acceder desde el tacto. Éste es el sentido que posibilita que un organismo perciba diversas características de un objeto, como su dureza o su temperatura. El órgano más importante en este sentido es la piel, que dispone de múltiples receptores nerviosos que logran convertir los estímulos externos en datos que pueden ser interpretados a través de la actividad cerebral.

Cómo afectan los elementos tangibles a la calidad del servicio

Comprender cómo los elementos tangibles de tu empresa pueden impactar en la calidad de tu servicio te permitirá mirarlos desde otra perspectiva. Ya no tanto desde un punto de vista estético o funcional a la empresa, sino más bien buscando que esos elementos sean funcionales al cliente, elevando de este modo la percepción de calidad que se lleven de tu empresa.

2.2.7. Satisfacción de los estudiantes de la escuela de post grado

Carlos Calunga Dávila (2013), define: La satisfacción del cliente es la evaluación que hace de un bien o servicio en términos de si ha cumplido sus necesidades y expectativas, el no satisfacer necesidades y expectativas resulta en insatisfacción con el bien o servicio.

¿Cómo se mide la satisfacción del cliente?

Una manera muy efectiva de medir la satisfacción del cliente es mediante una encuesta. Ofrezca a sus clientes la posibilidad de evaluar su producto

o servicio basándose en una determinada escala y unos valores concretos. Por ejemplo, en una pregunta podría pedirles a sus clientes que evalúen su servicio de atención al cliente en una escala del 1 al 5. Esto le proporciona una impresión sólida de la satisfacción de sus consumidores con respecto a este servicio (en concreto en este ejemplo). Esta encuesta le permite indagar en diversos aspectos relacionados con la experiencia de sus clientes.

Factores que influyen en la Satisfacción al cliente

- ✓ **Distribución:** Este punto depende del canal de distribución de tu producto.
- ✓ **Ventas en línea:** Haz un pedido a la casa de tu vecino y verifica el estado en el que llega.
- ✓ **Cliente:** Ponte en los zapatos del cliente, y contesta las siguientes preguntas:

¿El producto que recibes vale realmente el precio que pagaste?

¿Los empleados fueron amables y quiero que me vuelvan a atender en el futuro?

Las características y diferencias entre clientes internos y clientes externos son las siguientes:

- **Los clientes externos:** Son aquellas personas que acuden a las empresas u organizaciones a comprar un producto o servicio, tal como comprar alimentos, utilizar medios de transporte, viajes, compra de automóviles. Una vez que han obtenido el producto o servicio deseado, lo

retribuyen mediante dinero y pagan el precio total de producto o servicio recibido pueden abandonar a su proveedor habitual cuando consideren que ya no les gusta, bien porque la calidad del servicio ha cambiado o porque pueden encontrar muy diferentes proveedores en el mercado.

➤ **Los clientes internos:** son aquellas personas dentro de la empresa u organización que trabajan en labores de administración, procesos productivos, almacén, investigación o dirección, y son considerados clientes porque necesitan recibir de otros compañeros o miembros de la empresa u organización, productos o servicios para poder seguir realizando su trabajo. fundamental, porque a los clientes internos no les resulta fácil cambiar de empresa o lugar de trabajo, mientras que los clientes externos pueden decidir donde proveerse.

Para medir el nivel de satisfacción de los clientes externos, se puede utilizar las siguientes propiedades:

- Trabajadores: trato, amabilidad, celeridad, responsabilidad.
- Producto: variedad, cantidad, precio, tamaño.
- Empresa: imagen, higiene, orden, estado técnico, comodidad, infraestructura.

Pasos a seguir para lograr la Satisfacción al cliente

1. Fomenta tu relación con el cliente.

No tengas miedo ni te sientas nervioso al interactuar con ellos. Actúa con seguridad y contagia tu confianza al cliente. Si te sientes cercano todo será más fácil. Tómate el tiempo para conocer lo que realmente necesitan. Si captas su interés es más probable que logres una venta o que resuelvas de

buena manera sus necesidades. Regla número uno de la satisfacción al cliente: El Cliente siempre tiene la razón.

2. Actúa rápidamente y cerciórate que tus clientes lo sepan

No permitas que tus clientes se molesten porque no los atiendes a tiempo. Lo mínimo es que sepan que su solicitud ya fue recibida y se trabaja en ello para resolverla a la brevedad.

3. Se amable y respetuoso

Haz que tu cliente sienta que eres un amigo y te preocupas por él. Recuérdales siempre que estás ahí para ayudarles. Ciertamente es que muchas veces te llegas a desesperar, pero tienes que tener la mente abierta y ser tolerante y responder lo mejor posible a las necesidades de los clientes. Te invito a leer sobre: retención de clientes a través de experiencias positivas.

4. Crea una política de servicio al cliente

Pero además de definirla debe ser aplicada y conocida por todos los empleados, independientemente de su labor dentro de la empresa. Esto te ahorrará tiempo, dinero y esfuerzo. Todos sabrán cómo actuar ante determinada situación o cuál es el protocolo a seguir, a quien recurrir o informar para solucionar la situación y dar el mejor servicio al cliente.

Evita que tus clientes se sientan perdidos y que no les ayudes o lo mandas con la persona que no le va a resolver su problema. Esto puede causar una gran molestia en los clientes.

5. Se detallista

No se trata solo de vender, sino de crear experiencias positivas en los clientes, así que también puedes recurrir a mandarles un correo de felicitación, por ejemplo, en Navidad, o el día de su cumpleaños. Crea promociones en fechas especiales, personaliza tus campañas y haz que tus clientes se sientan queridos y valorados. Estos pequeños detalles crean buena impresión en el cliente.

6. Anticípate a las necesidades del cliente

Si realmente quieres crear clientes leales, lo que necesitas es prever sus necesidades, comprenderlos. Las grandes empresas contratan a expertos, no adivinos, y ellos se encargan de medir la satisfacción al cliente mediante encuestas. Actualmente el método más utilizado son las encuestas online.

2.2.8. Fiabilidad.

La fiabilidad se define como la probabilidad de que un bien funcione adecuadamente durante un período determinado bajo condiciones operativas específicas (por ejemplo, condiciones de presión, temperatura, fricción, velocidad, tensión o forma de una onda eléctrica, nivel de vibraciones).

Fiabilidad y ciencia

La fiabilidad es algo que todos los científicos deben tener en cuenta, sobre todo en las ciencias sociales y la biología.

En la ciencia, la definición es la misma, pero necesita otra definición mucho más reducida e inequívoca.

Si utilizas tres muestras repetidas para cada manipulación y una genera resultados completamente diferentes, el experimento puede estar mal.

1.- Para muchos experimentos, los resultados siguen una "distribución normal" y siempre hay una posibilidad de que el grupo de muestra produzca resultados que se ubiquen en uno de los extremos. Utilizar varios grupos de muestra suaviza estos extremos y genera una distribución más precisa de los resultados.

2.- Si tus resultados siguen siendo muy diferentes, entonces es probable que algo esté mal en tu diseño y no sea confiable.

La fiabilidad también es muy importante externamente y otro investigador debe ser capaz de realizar exactamente el mismo experimento, con un equipo similar, en condiciones similares y lograr exactamente los mismos resultados. Si esto no es posible, entonces el diseño no es fiable.

La fiabilidad es un componente esencial de la validez, pero por sí sola no es una medida suficiente de validez. Una prueba puede ser fiable pero no válida, mientras que una prueba no puede ser válida y no fiable.

2.2.9. Capacidad de respuesta

Enrique Muller de la Loma (2012), define: La capacidad de respuesta de un sistema cualquiera es su probabilidad media de producir, frente a una demanda, una respuesta de calidad aceptable, dentro de un margen de tiempo aceptable y a un costo aceptable. En el caso específico de la relación entre los dirigentes y el pueblo, los dirigentes tienen mayor capacidad de respuesta en la medida en que las prioridades de su agenda política coinciden con las prioridades de la demanda pública.

Mantener contentos a los clientes es la clave para asegurar que los clientes actuales no se conviertan en clientes pasados. El no poder cumplir con los plazos o hacer caso omiso a las preguntas puede aumentar la insatisfacción del cliente con tu empresa y estimularlos a investigar los servicios de tus competidores. Cuando la capacidad de respuesta al cliente es una prioridad, encontrarás que las oportunidades de servir a tus clientes aumentarán, mientras que los problemas y las cuestiones de servicio disminuirán.

Identificación

Aunque un buen servicio al cliente es una parte de la capacidad de respuesta, el servicio al cliente es ir un paso más allá. Sean Meehan y Charlie Dawson, explican en "Business StrategyReview", un artículo del 2002 que la capacidad de respuesta al cliente está dando con exactitud y perspicacia a los clientes lo que necesitan, lo que quieren o no saben que quieren y lo hacen más rápidamente que cualquier otra persona.

La capacidad de respuesta es más que responder

Resulta que todo es medible, sí. Pero hay un factor primordial que además es característico en las relaciones humanas. Asociamos la capacidad de respuesta principalmente al tiempo que tardamos en dar una, pero no es tan sencillo como parece. La verdad es que la capacidad de respuesta tiene que ver con tres aspectos fundamentales: tiempo, calidad y tono comunicacional.

Partiendo del principio de que todos los seres humanos podemos ver estos aspectos como algo diferente, la primera misión es definir en conjunto con las partes cuál es el tiempo apropiado, qué busca a nivel profesional y

cómo es el nivel de cercanía que maneja; que no tiene que ver con la diplomacia lo cual es evidente. No es algo que deba establecerse en el tiempo, pues las maneras son diversas y aunque no se crea, es primordial que se pueda determinar si la respuesta a ofrecer es oportuna o no.

2.2.10. Empatía

Pablo Emilio Rilyeros Silva (2014), define: La empatía es la intención de comprender los sentimientos y emociones, intentando experimentar de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo. La palabra empatía es de origen griego "*empátheia*" que significa "emocionado".

La empatía hace que las personas se ayuden entre sí. Está estrechamente relacionada con el altruismo - el amor y preocupación por los demás - y la capacidad de ayudar.

La capacidad de ponerse en el lugar del otro, que se desarrolla a través de la empatía, ayuda a comprender mejor el comportamiento en determinadas circunstancias y la forma como el otro toma las decisiones.

La persona empática se caracteriza por tener afinidades e identificarse con otra persona. Es saber escuchar a los demás, entender sus problemas y emociones. Cuando alguien dice "hubo una empatía inmediata entre nosotros", quiere decir que hubo una gran conexión, una identificación inmediata.

La empatía es lo opuesto de antipatía ya que el contacto con la otra persona genera placer, alegría y satisfacción. La empatía es una actitud

positiva que permite establecer relaciones saludables, generando una mejor convivencia entre los individuos.

2.3 Definiciones conceptuales.

2.3.1 Atención Personalizada

Es un proceso de entrenamiento donde el profesional está exclusivamente al servicio del cliente, que planifica respetando los gustos y preferencias del mismo y que controla, tanto durante la ejecución del programa como así también a través de la evaluación de la aptitud física, teniendo criterio propio, adaptándose a cada situación y sacando el máximo partido a los recursos de los que dispone.

El cliente es una persona que busca un producto para satisfacer una necesidad, existe una demanda y buscará un producto que cubra sus necesidades, atendiendo a sus posibilidades, ofertas existentes y exigencias.

2.3.2 Mobiliario adecuado

Las compañías cada vez prestan mayor atención a aspectos de carácter estético, ya que está demostrado que el ambiente influye directamente sobre la productividad.

Un colaborador que use muebles ergonómicos y trabaje los cinco días de la semana en un ambiente con buena iluminación natural, de hecho ofrecerá mejores resultados en su puesto.

Así, el mobiliario debe estar adecuado al tipo de actividad y tomar en cuenta factores psicológicos, ambientales, de modulación (transporte y apilamiento) y de producción (calidad del material).

2.3.2. Material bibliográfico

Material bibliográfico es un compendio de obras literarias que contienen datos precisos de personajes destacados, los que pueden ser desde presidentes de una nación determinada hasta un cantante de rock o un actor de cine, y sirve para realizar un sin fin de actividades basadas en los datos recabados en ese material.

Material bibliográfico, es por así decirlo, la fuente de información. Por ejemplo, cuando haces un trabajo y te mandan escribir la bibliografía, es que escribas de dónde has sacado la información y demás. Con lo cual, eso es el material bibliográfico, ósea, lo que se usa para informarte.

2.3.3. Recursos Digitales

Un recurso digital es cualquier tipo de información que se encuentra almacenada en formato digital. De acuerdo con una definición formal del ISBD (ER) (1997), entendemos por recurso digital todo material codificado para ser manipulado por una computadora y consultado de manera directa o por acceso electrónico remoto

Los recursos digitales facilitan el almacenamiento, la organización y la recuperación de enormes cantidades de datos.

2.3.4. Respeto

La palabra Respeto procede etimológicamente del latín *respectus*, que significa “acción de mirar atrás”, “consideración, atención”; sugiere entonces como una mirada atenta, tomar algo en consideración. El respeto es un valor basado en la ética y en la moral. Una persona cuando es respetuosa acepta y comprende las maneras de pensar y actuar distintas a las de ella, también trata con sumo cuidado todo aquello que lo rodea.

2.3.5. Trato adecuado

El trato adecuado es la situación que se logra cuando las interacciones entre el usuario y el sistema de salud se efectúan tomando en cuenta y satisfaciendo las legítimas expectativas del usuario en los aspectos no médicos de dicha interacción.

2.3.6. Claridad en la información

La claridad en el contexto de la comunicación interpersonal muestra ausencia de confusión en la comunicación del mensaje y en el entendimiento que el receptor tiene por parte de este. La claridad también puede estar vinculada con el conocimiento de uno mismo. En concreto, una persona puede poner en claro cuáles son sus sentimientos y sus ideas tras atravesar un periodo de confusión.

2.3.7. Comprensión de las necesidades

Conocer las necesidades de cliente es el primer paso para lograr satisfacerlas. Es por eso que el vendedor debe tratar de estar bien informado sobre estas necesidades. La preocupación permanente del vendedor durante esta fase preliminar de la venta debe ser conocer y descubrir las necesidades del cliente y sus razones para comprar.

2.3.8. Confianza

La confianza es una hipótesis sobre la conducta futura del otro. Es una actitud que concierne el futuro, en la medida en que este futuro depende de la acción de otro. Es una especie de apuesta que consiste en no inquietarse del no-control del otro y del tiempo”.

2.3.9. Celeridad

El concepto de celeridad deriva del vocablo latino *celeritas*. Se trata de un término que hace referencia a la velocidad, la premura, la rapidez o la prisa, es la relación entre la distancia recorrida y el tiempo empleado en completarla

2.3.10. Amabilidad

La amabilidad es la cualidad de amable. Este adjetivo se refiere a aquel o aquello que es afable, afectuoso o digno de ser amado. Por extensión, se conoce como amabilidad a la acción amable: “Tenga la amabilidad de pasar a mi despacho”, “Mirta se caracteriza por su amabilidad con los invitados”.

2.3.11. Seguimiento a los documentos

Cada uno de los sistemas operativos que admite el seguimiento de documentos tiene implementaciones similares. Es un conjunto de propiedades que representan los metadatos, un nuevo parámetro agregado a los métodos de creación de directiva de usuario y un método para registrar la directiva que se va a seguir con el servicio de seguimiento de documentos.

2.3.12. Capacidad de Respuesta

La capacidad de respuesta de un sistema cualquiera es su probabilidad media de producir, frente a una demanda, una respuesta de calidad aceptable, dentro de un margen de tiempo aceptable y a un costo aceptable. En el caso específico de la relación entre los dirigentes y el pueblo, los dirigentes tienen mayor capacidad de respuesta en la medida

en que las prioridades de su agenda política coinciden con las prioridades de la demanda pública.

2.3.13. Celeridad en la información de pagos

La finalidad del proceso es resolver un conflicto de intereses o eliminar una incertidumbre jurídica y lograr la paz social que será alcanzada en tanto que el método sea eficaz. El problema fundamental de la eficacia en la actuación se centra en el factor humano: el desbordamiento de los órganos jurisdiccionales que, ante la masificación, optan por una actitud de abandono y delegación.

2.3.14. Infraestructura

Una infraestructura es el conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente.

2.3.15. Mobiliario

La definición de mobiliario hace referencia al conjunto de muebles con que se equipan un determinado espacio, sirviendo para las actividades normales de cualquier empresa, oficina o vivienda. El conjunto de estos elementos se emplea para desempeñar distintas tareas como pueden ser trabajar, descansar o comer.

2.3.16. Cumplimiento de promesas

Promesa es la expresión de la voluntad de hacer algo por alguien o de cumplir con un cierto sacrificio en caso de conseguir algún logro. Puede entenderse la promesa como un acuerdo entre dos partes a través del cual una de ellas se compromete a realizar algo ante el cumplimiento de una condición o el vencimiento de un plazo.

2.3.17. Asertividad

La asertividad es una habilidad social que se trabaja desde el interior de la persona. Se define como la habilidad para ser claros, francos y directos, diciendo lo que se quiere decir, sin herir los sentimientos de los demás, ni menospreciar la valía de los otros, sólo defendiendo sus derechos como persona.

2.3.18. Interés por cumplir lo prometido

Prometer o cumplir. Estamos ante uno de los grandes debates de la Comunicación y la imagen pública. No solo política sino también empresarial. Si prometemos mucho, tenemos más posibilidades de vencer en el corto plazo, pero será difícil salir airoso cuando la cruda realidad demuestre que nada o muy poco de lo prometido era posible. Comunicar promesas deseadas por el receptor sirve sin duda para ganar unas elecciones, para lanzar un nuevo producto o para lograr el acuerdo ante una oferta de compra o asociación.

2.3.19. Rapidez

Rapidez es la calidad de aquel o aquello que es rápido (y que, por lo tanto, se desplaza a mucha velocidad). Puede decirse, por lo tanto, que la rapidez refleja el vínculo entre un cierto trayecto recorrido y el tiempo que llevó atravesar la distancia en cuestión.

2.3.20. Disposición a ayudar

Disposición a ayudar es la disponibilidad física y emocional para conversar con otra persona con ideas opuestas para tratar de resolver un conflicto. La disposición al diálogo es usada generalmente en contextos políticos o relacionados con conflictos entre parejas.

Disposición proviene del latín *disponere* formada por el prefijo *dís-* que significa 'separación' o 'divergencia' y el verbo *ponere* que significa 'poner'.

2.3.21. Creatividad

La creatividad es la producción de una idea o un concepto, una creación o un descubrimiento que es nuevo, original, útil y que satisface tanto a su creador como a otros durante algún periodo.

2.3.22. Horario conveniente

Para que la flexibilidad horaria se traduzca en un mejor rendimiento, habría que potenciar el trabajo por objetivos y desterrar el mal hábito de hacer más horas que un reloj. "Trabajando por objetivos te concentras en lo que tienes que hacer, no en estar diez horas"

2.3.23. Atención personalizada

Es un proceso de entrenamiento donde el profesional está exclusivamente al servicio del cliente, que planifica respetando los gustos y preferencias del mismo y que controla, tanto durante la ejecución del programa como así también a través de la evaluación de la aptitud física, teniendo criterio propio, adaptándose a cada situación y sacando el máximo partido a los recursos de los que dispone.

2.4. Bases Epistémicas

En la literatura académica, la medición de la calidad del servicio ha suscitado algunas diferencias de criterio. La principal hace referencia a qué es lo que realmente se está midiendo. En general se encuentran tres tendencias de constructos que se usan para evaluar la calidad del servicio: calidad, satisfacción y valor.

En la literatura sobre la calidad del servicio, el concepto de calidad se refiere a la calidad percibida, es decir “a juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un producto” (Zeithaml, 1988). En términos de servicio significaría “un juicio global, o actitud, relacionada con la superioridad del servicio” (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988). En este sentido, la calidad percibida es subjetiva, supone un nivel de abstracción más alto que cualquiera de los atributos específicos del producto y tiene una característica multidimensional.

La calidad de servicio en el mundo de hoy de intensa competencia, la clave para tener ventajas competitivas sustentables yace en entregar alta calidad de servicios que resultará en clientes satisfechos (Shemwell et al., 1998). Así, la calidad de servicio es utilizada para diferenciar y agregar valor a ofertas de servicio y, como una manera de ganar ventajas competitivas (Burton 2002). Por lo tanto, no hay una pizca de duda acerca de la importancia de la calidad de servicio y satisfacción del cliente, como retos esenciales de los proveedores de servicio (Sureshchandar et al., 2002). De esta manera, uno de los retos que los administradores de servicios enfrentan hoy en día es cómo entregar servicios de alta calidad (Zeithaml et al., 1990; Parasuraman et al., 1994). Además, estudios han demostrado que las firmas que ofrecen un servicio superior; obtienen participaciones de mercado más altas que sus rivales (Buzzel y Gale, 1987).

Bitner y Hubert (1994) dicen que la calidad de servicio percibida describe una evaluación general del servicio. Percepciones de calidad de servicio podrían ocurrir en múltiples niveles de organización: servicio

principal, ambiente físico, interacción con proveedores del servicio, entre otros.

Lewis (1989) dice que la calidad de servicio percibida es la opinión de un cliente (una forma de actitud), y resulta de la comparación hecha entre sus expectativas y su percepción del desempeño real del servicio.

Asimismo, la satisfacción de los clientes se define como una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado. Kotler y Keller (2006

Siguiendo el mismo orden de ideas, Grande (2000) señala que “la satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos”.

Si este concepto se expresara de forma matemática se tendría lo siguiente.

Satisfacción = Percepciones – Expectativas

Lo importante en relación a los planteamientos antes descritos, es que aunque la satisfacción del cliente es un parámetro que parece sencillo de determinar – por depender básicamente de dos aspectos (expectativas y percepciones) - es bastante complejo, ya que involucra la manera como las personas perciben la calidad, lo cual lleva inmersos un sin fin de aspectos psicológicos que varían de cliente en cliente, incluso cuando se trata de prestar un mismo servicio.

CAPÍTULO III METODOLOGIA

3.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se desarrollo fue básicamente **aplicada**, esto se debe a que la investigación se va ocupar de la descripción de las características y la identificación de los diferentes elementos y componentes que influyen la calidad de servicio administrativo con la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado – UNHEVAL 2017.

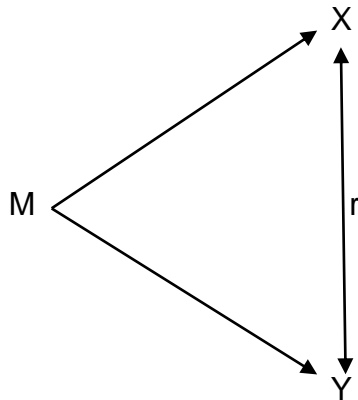
Nivel de Investigación

El Nivel de investigación fue Descriptivo – Explicativo, Descriptivo, porque nos va a permitir describir la importancia de lograr la satisfacción de los alumnos de la Escuela de Postgrado - UNHEVAL, y Explicativo porque va a explicar como la calidad de servicio administrativo influye en la satisfacción de los alumnos de la Escuela de Postgrado – UNHEVAL 2017

3.2. Diseño y Esquema de la Investigación

En la presente investigación se ha aplicado el diseño de Investigación no experimental, transversal, ya que se ha realizado sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, el trabajo de investigación se realizará en un determinado tiempo. Lo que se hizo en la investigación es observar el fenómeno tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Esquema de la investigación es lo siguiente:



Donde:

M = Muestra

X = Variable Independiente (Calidad de Servicio Administrativo)

Y = Variable Dependiente (Satisfacción de Estudiantes)

r = Relación Entre las Variables

3.3. Población y Muestra

3.3.1. Población

La población en el presente trabajo de investigación estuvo constituida por el total 1082 estudiantes de la Escuela de Posgrado – UNHEVAL del año 2017.

3.3.2. Muestra

Para la determinación de la muestra, usaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot N + p \cdot q \cdot z^2}$$

Dónde:

n = Muestra

N = Población

p = Proporción de la población que tiene la característica de interés que nos conduce a medir = 0.5

q = Proporción de la población que no tiene la característica de interés = 0.5

e^2 = $(N-1)e^2$ = Máximo de error permisible = 0.05

z = Nivel de confianza 95%(1.96)

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (1084)}{(1084-1)(0.05)^2 + (0.5) (0.5) (1.96)^2}$$

La muestra del presente trabajo de investigación estuvo constituida por 284 alumnos de la Escuela de Posgrado - UNHEVAL del Año 2017.

3.4. Definición Operativa de los Instrumentos de Recolección de Datos

Para medir en qué medida la calidad de servicio administrativo influye en la satisfacción de los estudiantes de la escuela de Posgrado, se hará uso de lo siguiente:

3.4.1.1 . Técnicas

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó y se validara la siguiente Técnica:

A. Encuesta

3.4.1.2 . Instrumentos

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó y se validara el

siguiente instrumento:

A. Cuestionario: A fin de obtener corrientes de opinión respecto al tema investigado, se utilizaron cuestionarios de preguntas abiertas dirigidas a los estudiantes que buscan orientación y/o respuesta frente a un trámite documentario.

B. Validez y confiabilidad del instrumento: Para el criterio de validez del instrumento se aplicó el alfa de Cronbach para determinar su confiabilidad con el contenido interno del instrumento, con las variables que pretende medir y la validez de construcción de los ítems del instrumento en relación con las bases teóricas y objetivos de la investigación para que exista consistencia y coherencia técnica.

3.5. Técnicas de Recojo, Procesamiento y Presentación de Datos

Técnica:

- ✓ Encuestas
- ✓ Fichas
- ✓ Bibliografías
- ✓ Hemerograficas
- ✓ Cibergraficas

Instrumentos.

- ✓ Cuestionario.
- ✓ Guías de observación

Se realizará la encuesta a los alumnos de la Escuela de Posgrado – UNHEVAL, para medir el grado de satisfacción que tiene con la calidad servicio administrativo recibido por el personal administrativo de la Escuela de Posgrado – UNHEVAL.

Procesamiento y Presentación de Datos

Los datos serán presentados en tablas, cuadro, figuras y gráficos, luego serán analizados con la aplicación de la estadística descriptiva, en sus siguientes técnicas:

- Ordenamiento y Clasificación de la Información.
- Codificación de la Información.
- Graficas Estadísticas.
- Procesamiento Computarizado con Excel.
- Procesamiento Computarizado con SPSS.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

Para la presente indagación el investigador ha realizado la recolección de datos a través de la aplicación de herramientas estadísticas, (cuestionario y guía de entrevista) a los trabajadores de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL.

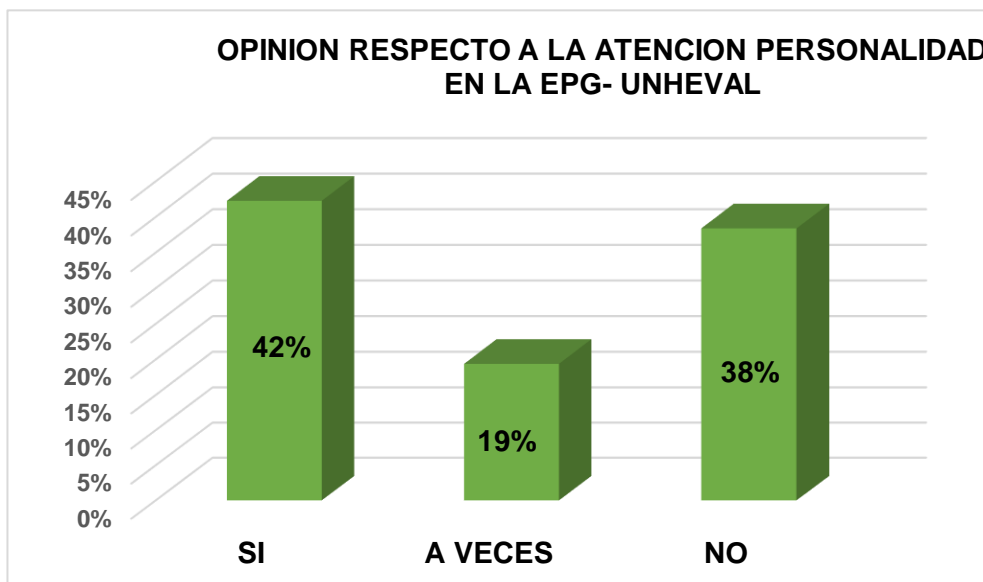
Los resultados obtenidos en el trabajo de campo han sido procesados a través de cuadros y gráficos estadísticos, de manera que cada pregunta ha sido graficada e interpretada, siendo estos resultados interpretados en base a fundamentos teóricos de diferentes autores, los cuales se detallan a continuación.

4.1. Presentación de resultados.

CUADRO N° 01
OPINIÓN RESPECTO A LA ATENCIÓN PERSONALIZADAS EN LA EPG -
UNHEVAL

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		AVECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
1	¿El personal de la biblioteca de la EPG le ofrece atención personalizada?.	120	42%	55	19%	109	38%

GRAFICO N° 01



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 120 encuestados que representa el 42%, manifestaron un Sí, es decir que la atención en la Escuela de Postgrado es personalizada, mientras que el 19% de los encuestados manifestaron un A Veces, y un 38% de los encuestados manifestaron un No, opinión respecto a la atención personalizada de la secretaria de la EPG.

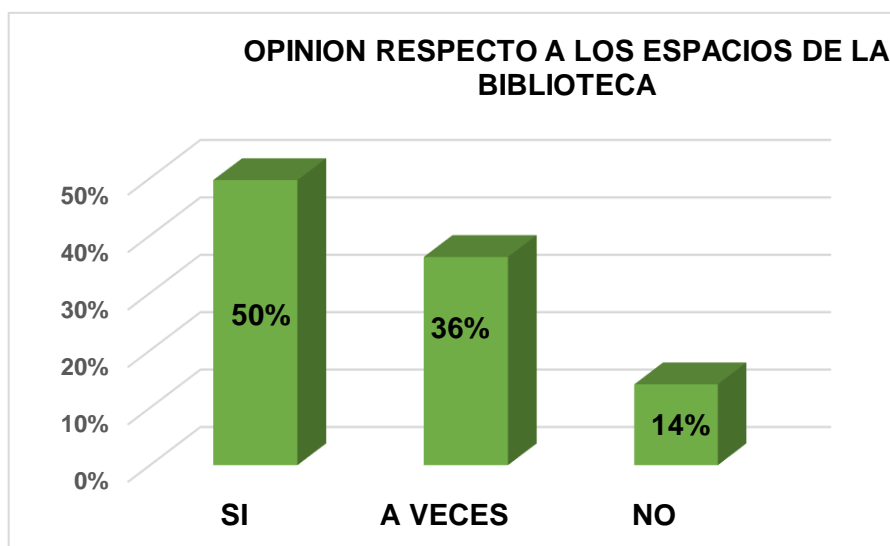
CUADRO N° 02

**PERCEPCION RESPECTO A LAS NECESIDADES DE INFORMACION EN LA
EPG- UNHEVAL**

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		AVECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
2	¿Los espacios de la biblioteca de la EPG son adecuados para el estudio, aprendizaje o investigación?.	141	50%	103	36%	40	14%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 02

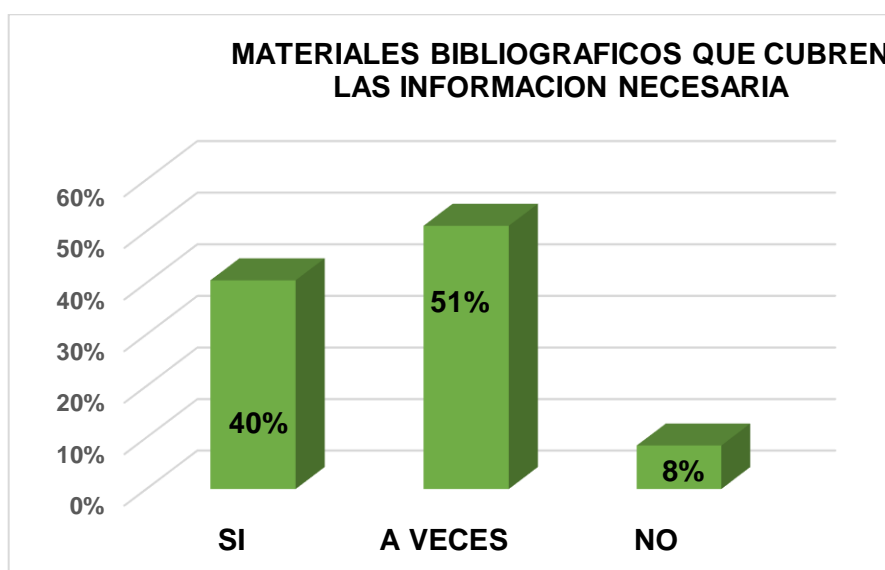
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 141 encuestados que representa el 50%, manifestaron un Si, es decir que los espacios de la biblioteca son adecuados para los estudios de aprendizaje, mientras que el 36% de los encuestados manifestaron que A Veces, y un 14% de los encuestados manifestaron un No, la opinión respecto a los espacios de la biblioteca en la EPG.

CUADRO N°03**MATERIALES BIBLIOGRAFICOS QUE CUBREN LAS NECESIDADES DE INFORMACION EN LA EPG – UNHEVAL**

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
3	¿Los materiales bibliográficos de la EPG cubren las necesidades de información que necesito.?	115	40%	145	51%	24	8%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 03**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 145 encuestados que representa el 51%, manifestaron A veces. Es decir que la EPG tiene carencia en cuanto al material bibliográfico que necesitan los estudiantes de la EPG, el 40% de los encuestados manifestaron un Si, Mientras el 8% de los encuestados manifestaron un NO, la opinión respecto los materiales bibliográficos que cubren la información en la EPG.

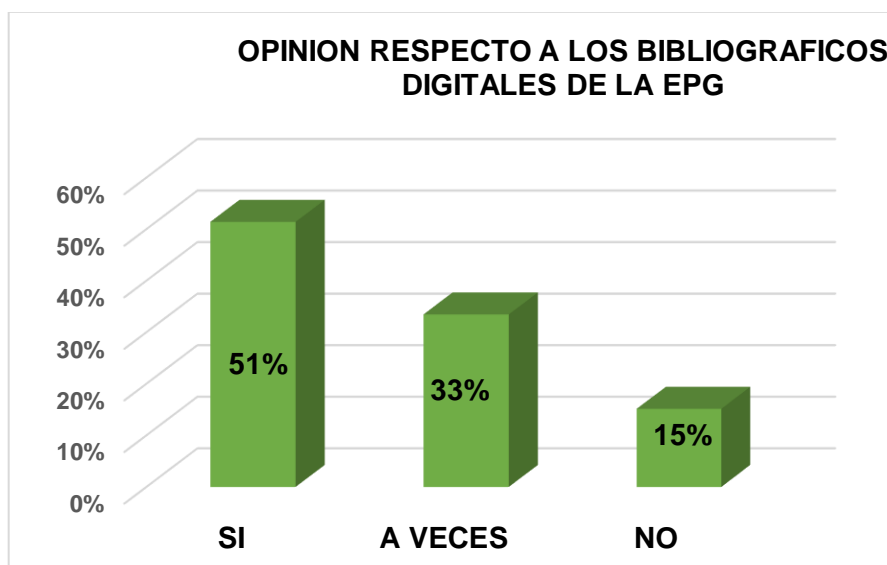
CUADRO N°04

PERCEPCION RESPECTO A LOS MATERIALES BIBLIOGRAFICOS DE LA EPG

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		AVECES		NO	
4	¿Los materiales bibliográficos digitales de la EPG cubren las necesidades que necesito?.	fi	%	fi	%	fi	%
				146	51%	95	33%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 04



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

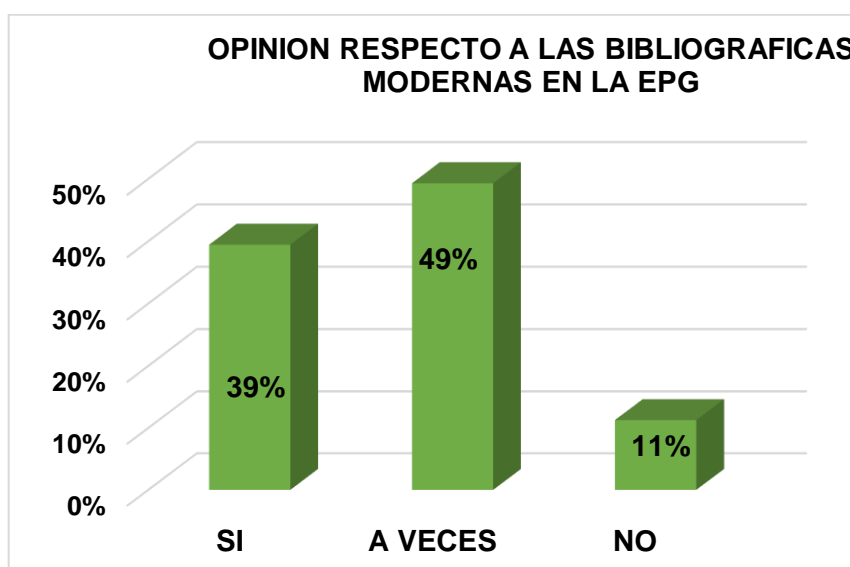
Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 146 encuestados que representa el 51%, manifestaron un Si, es decir la EPG cuenta con materiales bibliográficos digitalizados, mientras que el 33% de los encuestados manifestaron un A Veces, y un 15% de los encuestados manifestaron un No, la opinión respecto a los bibliográficos digitales en la EPG.

CUADRO N° 05

OPINION RESPECTO A LAS BIBLIOGRAFICAS MODERNAS EN LA EPG

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
5	¿Los materiales bibliográficos e la EPG son modernos y me permite un acceso fácil a la información que necesito.?	112	39%	140	49%	32	11%

GRAFICO N°05

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del total de Estudiantes a los cuales se les aplico el cuestionario 140 encuestados que representa el 49%, manifestaron A Veces, es decir la EPG no cuenta con materiales bibliográficos modernos para la necesidad de los estudiantes, mientras que el 39% de los encuestados manifestaron un Si, y u 11% de los encuestados manifestaron un No, la opinión respecto a los bibliográficos modernos en la EPG.

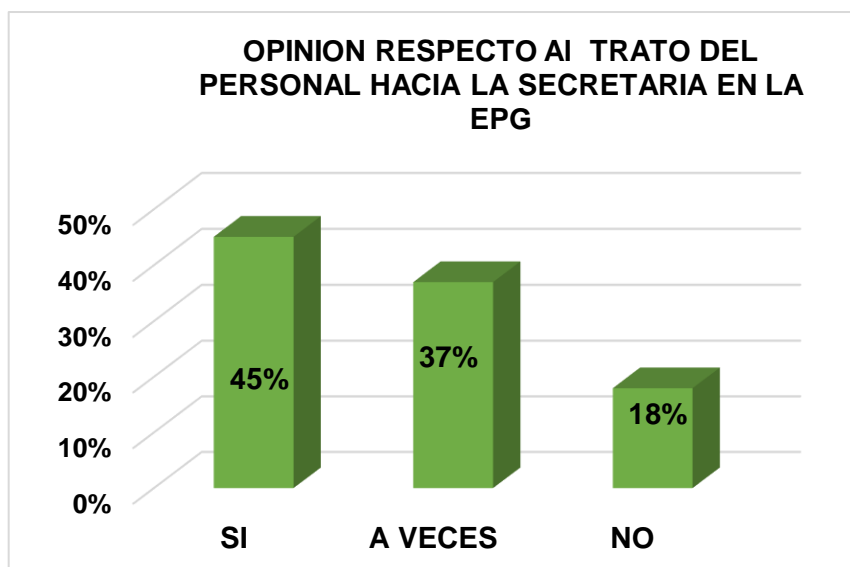
CUADRO N° 06

**PERCEPCION RESPECTO AL TRATO DEL PERSONAL DE SECRETARIA EN
LA EPG**

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
6	¿El trato hacia usted del personal de secretaria de la EPG fue respetuoso?	128	45%	105	37%	51	18%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 06

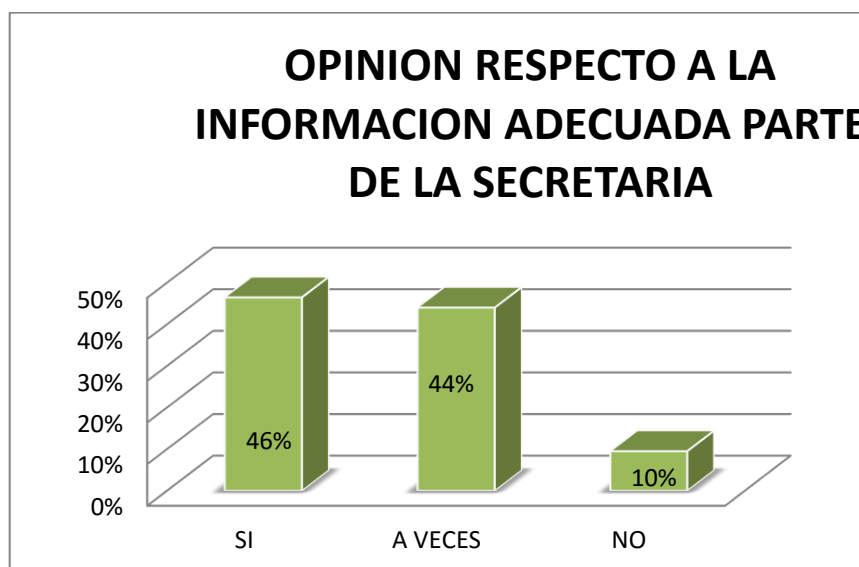
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 128 encuestados que representa el 45%, manifestaron un Si, es decir que la atención que brinda el personal de secretaria de la EPG es respetuoso, mientras que el 37% de los encuestados manifestaron un A Veces y un 18% de los encuestados manifestaron un No, la opinión respecto al trato del personal de secretaria a los estudiantes de la EPG.

CUADRO N°07**INFORMACION ADECUADA DEL PERSONAL DE LA SECRETARIA DE LA EPG**

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
7	¿La información escrita, personal o telefónica que se le da, es adecuada del personal de la secretaria de la EPG.?	132	46%	125	44%	27	10%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N°07**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 132 encuestados que representa el 46%, manifestaron un Si, es decir la información escrita y telefónica por parte de la secretaria de la EPG es correcta, mientras que el 44% de los Estudiantes manifestaron un A Veces y el 10% de los encuestados manifestaron un No, la opinión respecto a la información de parte de la secretaria hacia los estudiantes.

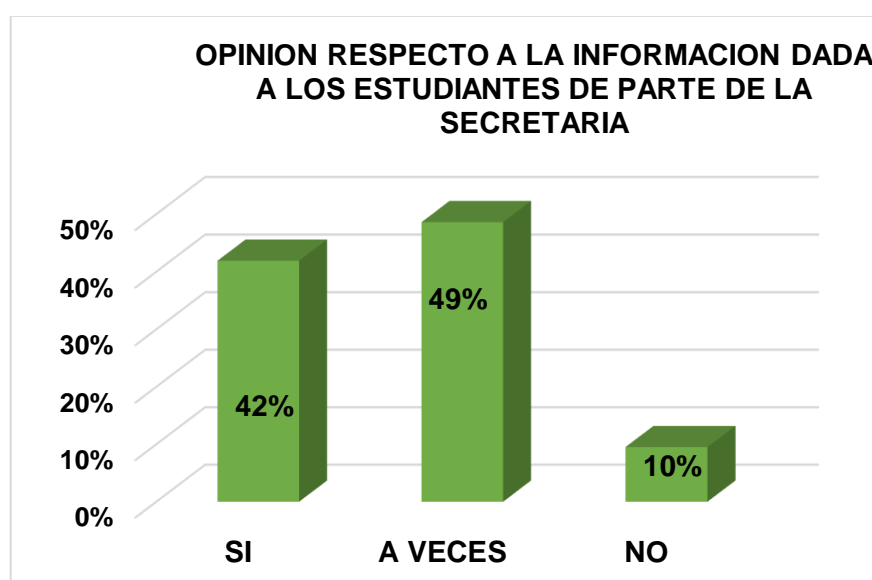
CUADRO N°08

PERCEPCION RESPECTO LA INFORMACION SOLICITADA POR LOS ESTUDIANTES

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
8	¿El personal de la secretaria de la EPG utilizó palabras claras para darle la información solicitada a los estudiantes?.	121	43%	147	52%	16	6%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 08



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

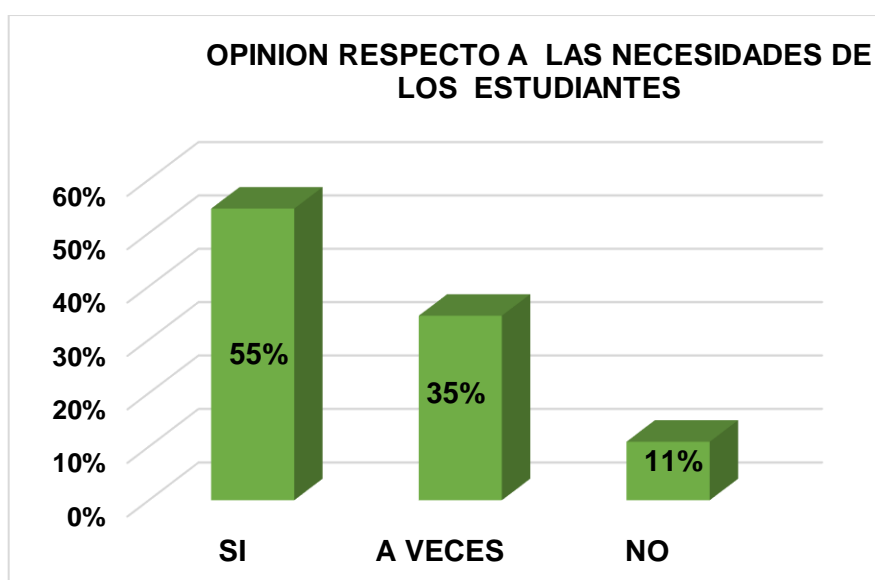
Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 147 encuestados que representa el 52%, manifestaron A veces, es decir la información que brinda la secretaria de la EPG no en buena, mientras que el 41% de los encuestados manifestaron un Si y el 10% de los encuestados manifestaron un No, la opinión respecto a la información dada a los estudiantes de parte de la secretaria en la EPG.

CUADRO N° 09
PERCEPCION RESPECTO A LAS NECESIDADES DE LOS ESTUDIANTES EN LA EPG

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
9	¿El personal de la de la secretaria de la EPG comprende las necesidades de los estudiantes.?	fi	%	fi	%	fi	%
		155	55%	98	35%	31	11%

FUENTE : cuestionario
 ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 09



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

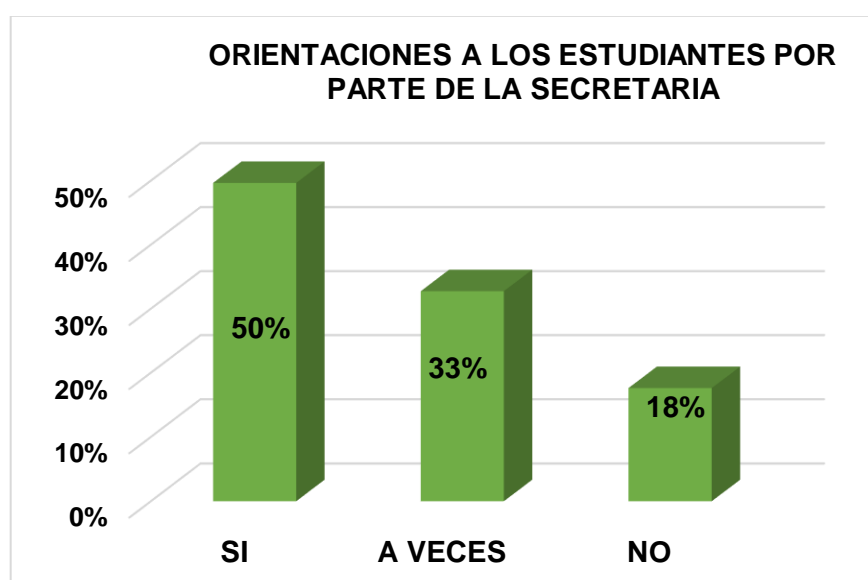
Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 155 encuestados que representa el 55%, manifestaron un Si, es decir que la secretaria de la EPG comprende las necesidades de los estudiantes de la EPG, mientras que el 35% de los encuestados manifestaron un A Veces y el 11% de los encuestados manifestaron un No, la opinión respecto a las necesidades de los estudiantes en EPG.

CUADRO N° 10
ORIENTACIONES A LOS ESTUDIANTES POR PARTE DE LA SECRETARIA
DE LA EPG

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
10	¿Existen orientaciones a los estudiantes por parte de la secretaria de la EPG respecto a las gestiones ?	fi	%	fi	%	fi	%
		141	50%	93	33%	50	18%

FUENTE : cuestionario
 ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

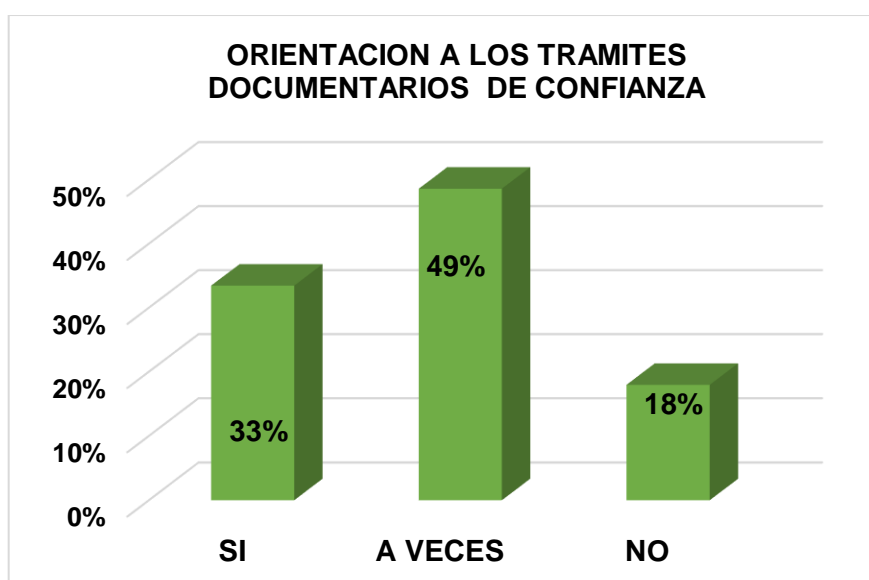
Del total de estudiantes a los cuales se les aplico el cuestionario 141 encuestados que representa el 50%, manifestaron un Si, es decir la secretaria de la EPG brinda orientaciones a los estudiantes para sus gestiones a realizar, mientras que el 33% de los encuestados manifestaron un A Veces y un 18% de los encuestados manifestaron un No, opinión respecto a las orientaciones a los estudiantes por parte de la secretaria en la EPG.

CUADRO N° 11
ORIENTACIONES A LOS TRÁMITES DOCUMENTARIAS DE CONFIANZA EN EPG

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
11	¿El personal de tramite documentario le inspira confianza?.	95	33%	138	49%	51	18%

FUENTE : cuestionario
 ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de estudiantes a los cuales se les aplico el cuestionario 138 encuestado que representa el 49%, manifestaron A veces, es decir que el personal de tramite documentario le inspira poca confianza, mientras que el 33% de los encuestados manifestaron un Si y el 18% de los encuestados manifestaron un No, opinión respecto a la confianza que le inspira el personal de tramite documentario.

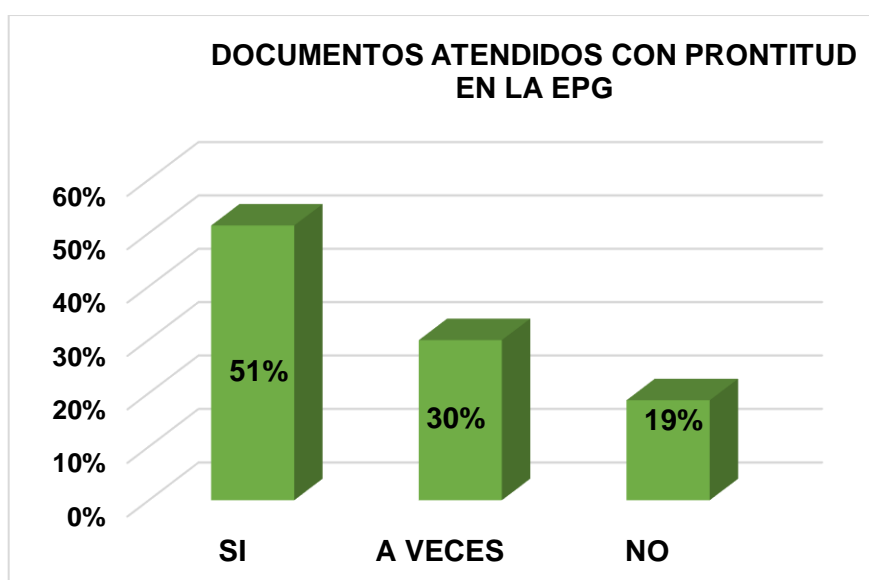
CUADRO N° 12

PERCEPCION A LOS DOCUMENTOS ATENDIDOS CON PRONTITUD EN LA EPG

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
12	¿Los documentos requeridos (constancias, resoluciones) son atendidos con prontitud.?	146	51%	85	30%	53	19%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

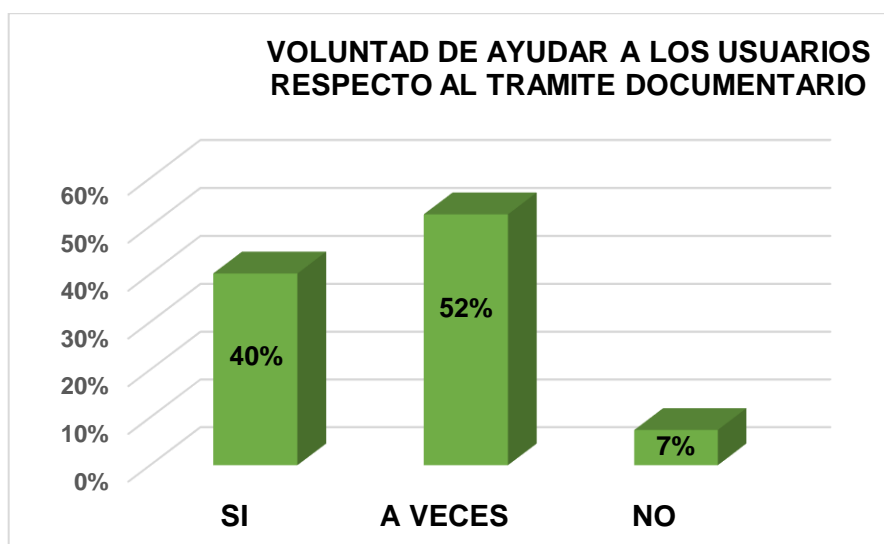
Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 146 encuestados que representa el 51%, manifestaron un Si, es decir que los documentos requeridos son atendidos con prontitud, mientras que el 30% de los estudiantes manifestaron un A Veces y el 19% de los estudiantes manifestaron un No, opinión respecto a los documentos que son atendidos con prontitud en al EPG.

CUADRO N° 13

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
13	¿El personal de trámite documentario tiene voluntad de ayudar a los usuarios.?	fi	%	fi	%	fi	%
		114	40%	149	52%	21	7%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 149 encuestados que representa el 52%, manifestaron A veces, es decir el personal de trámite documentario tiene poca voluntad de apoyar a los estudiantes de la EPG, mientras que el 40% de los encuestados manifestaron un Si y el 7% de los encuestados manifestaron un No, la voluntad de ayudar a los usuarios respecto a al trámite documentario en la EPG.

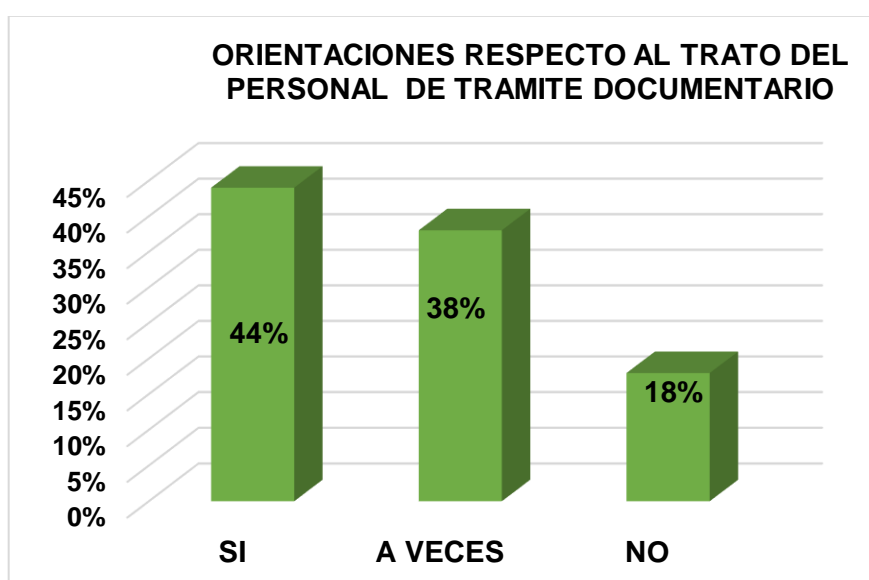
CUADRO N° 14

TRATO EQUITATIVO POR EL PERSONAL RESPECTO AL TRÁMITE DOCUMENTARIO EN LA EPG

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
14	¿El trato recibido por el personal de tramite documentario fue equitativo?.	125	44%	108	38%	51	18%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 14

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del total de estudiantes a los cuales se les aplico el cuestionario 125 encuestados que representa el 44%, manifestaron un Si, es decir el trato recibido por parte del personal de tramite documentario fue equitativo para los estudiantes de la EPG, mientras que el 38% de los encuestados manifestaron un A Veces y el 18% de los encuestados manifestaron un No, opinión respecto al trato recibido por parte del personal de la EPG.

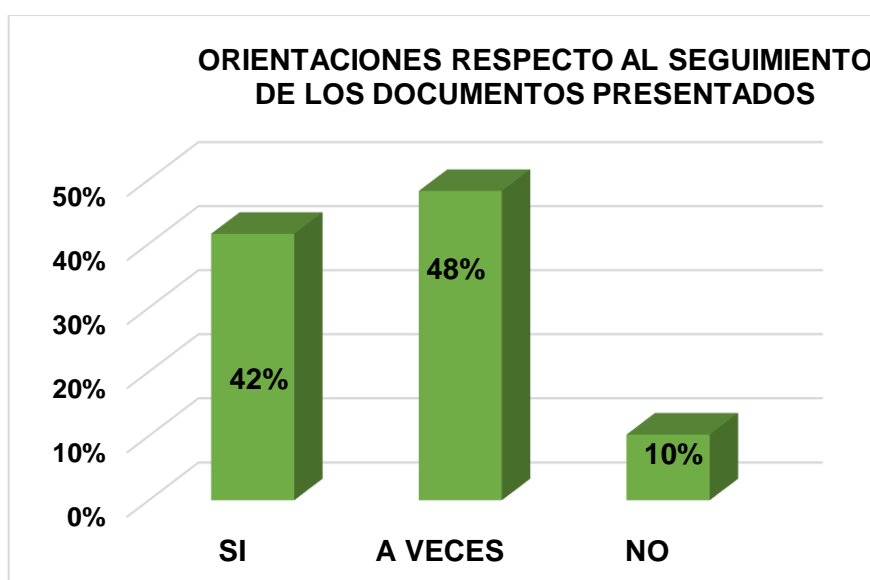
CUADRO N° 15

**PERCEPCION RESPECTO A LOS SEGUIEMNTOS DE DOCUMENTOS
PRESENTADOS EN LA EPG**

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
15	¿El personal de trámite documentario le da seguimiento a los documentos presentados?.	118	42%	137	48%	29	10%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 15



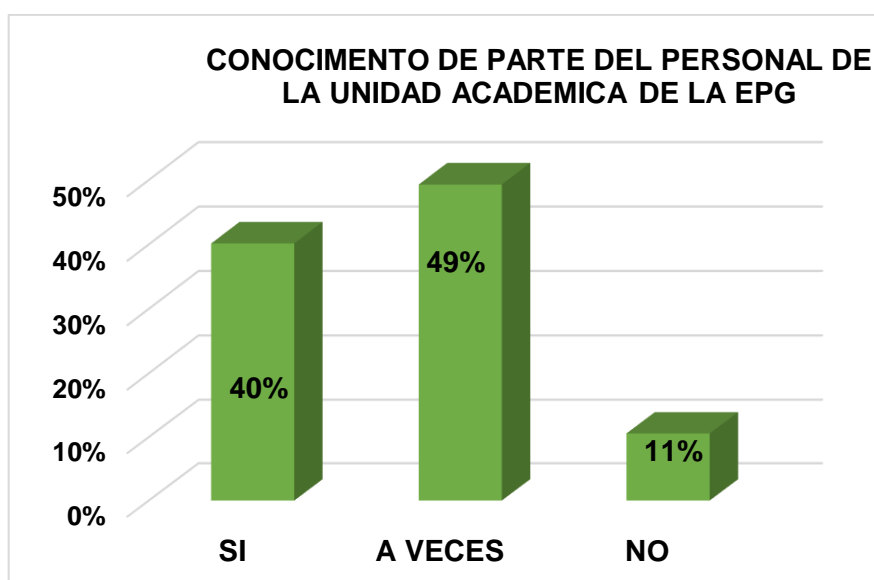
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de estudiantes a los cuales se les aplico el cuestionario 137 encuestados que representa el 48%, manifestaron un A veces, es decir el personal de tramite documentario a veces realiza el seguimiento de los documentos presentados por los estudiantes, mientras que el 42% de los encuestados manifestaron un Si y el 10% de los encuestados manifestaron un No, opinión respecto al seguimiento de los documentos presentados en la EPG.

CUADRO N° 16**CONOCIMIENTO DE PARTE DEL PERSONAL DE LA UNIDAD ACADEMICA EN LA EPG**

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
16	¿El personal de la unidad académica tiene conocimiento y es capaz de responder a las preguntas que se le formule.?	114	40%	140	49%	30	11%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 16**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 140 encuestados que representa el 49% manifestaron un A veces, es decir que el personal de la Unidad Académica A Veces es capaz de responder a las preguntas planteadas por los estudiantes, mientras que el 40% de los encuestados manifestaron un Si y el 11% de los encuestados manifestaron un No, opinión respecto a los conocimientos de parte del personal de la unidad académica de la EPG.

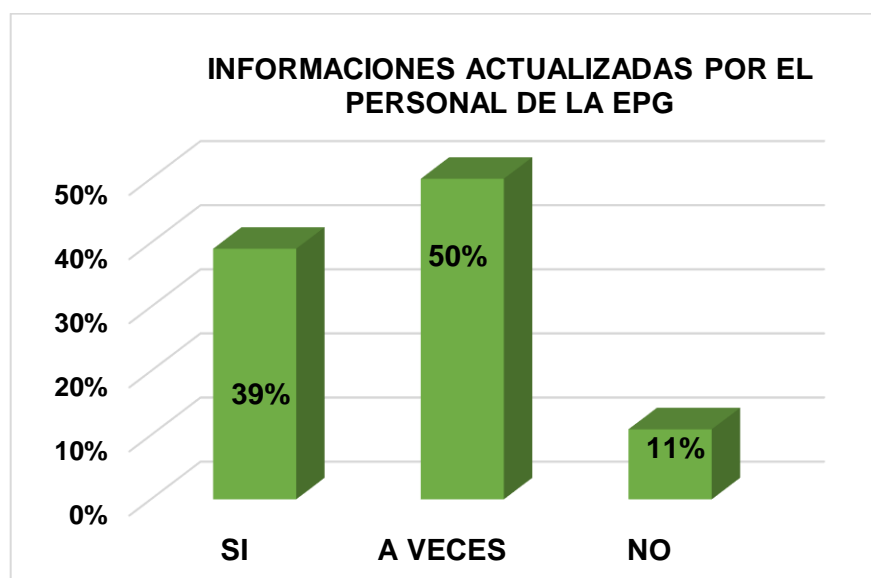
CUADRO N° 17

PERCEPCION RESPECTO A INFORMACIONES POR EL PERSONAL DE LA EPG

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
17	¿Las informaciones económicas son actualizadas a tiempo por el personal de la EPG.?	111	39%	142	50%	31	11%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 17



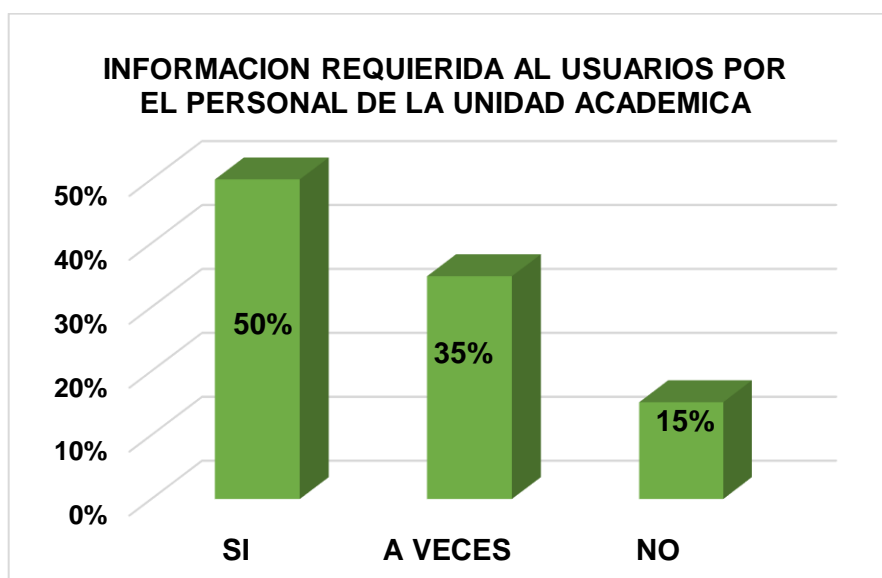
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 142 encuestados que representa el 50% manifestaron un A Veces, es decir que el personal de la Unidad Académica A Veces les brinda las informaciones actualizadas a tiempo a los estudiantes de la EPG, mientras que el 39% de los encuestados manifestaron un Si y el 11% de los encuestados manifestaron un No, opinión respecto a las informaciones actualizadas por el personal de la Unidad Académica de la EPG.

CUADRO N° 18**PERSONAL DE LA UNIDAD ACADÉMICA BRINDA INFORMACION AL USUARIO EN AL EPG**

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
18	¿El personal de la unidad académica brinda la información que requiere al usuario.?	142	50%	99	35%	43	15%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

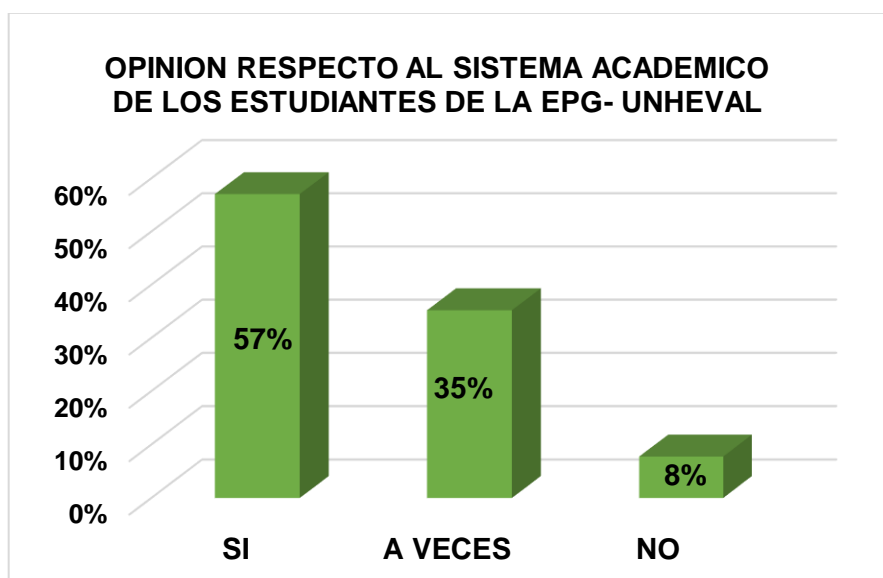
GRAFICO N° 18**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 142 encuestados que representa el 50% manifestaron Si, es decir el personal de la Unidad Académica les brinda la información requerida a los estudiantes de la EPG, mientras que el 35% de los encuestados manifestaron un A Veces y el 15% de los encuestados manifestaron un No, opinión respecto a la información requerida al usuario por el personal de la unidad académica en la EPG.

CUADRO N° 19**OPINION RESPECTO AL SISTEMA ACADEMICO DE LOS ESTUDIANTES DE LA EPG**

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
19	¿Las informaciones académicas de los estudiantes están actualizadas en el sistema académico de la EPG –UNHEVAL.?	162	57%	100	35%	22	8%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 19**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 162 encuestados que representa el 57% manifestaron un Si, es decir la información académica de los estudiantes de la EPG están actualizados por el personal de dicha unidad, mientras que el 35% de los encuestados manifestaron un A Veces y un 8% de los encuestados manifestaron un No, opinión respecto al sistema académico de los estudiantes de la EPG.

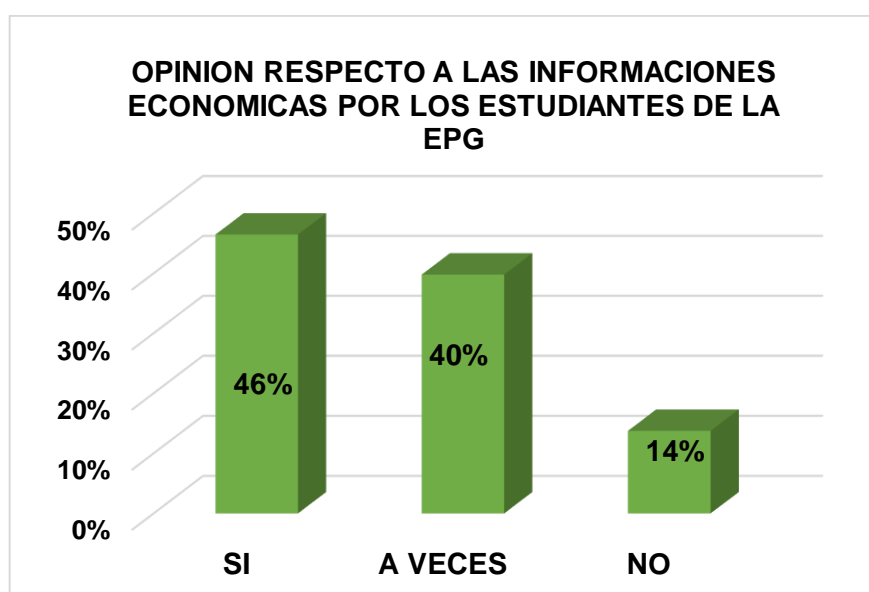
CUADRO N° 20

PERCEPCION RESPECTO A LA INFORMACION ECONOMICAS POR LOS ESTUDIANTES DE LA EPG

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		SI		A VECES		NO	
		fi	%	fi	%	fi	%
20	¿Las informaciones económicas de los estudiantes son brindadas de acuerdo a los requeridos por los estudiantes de la EPG – UNHEVAL?.	132	46%	113	40%	39	14%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 20

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

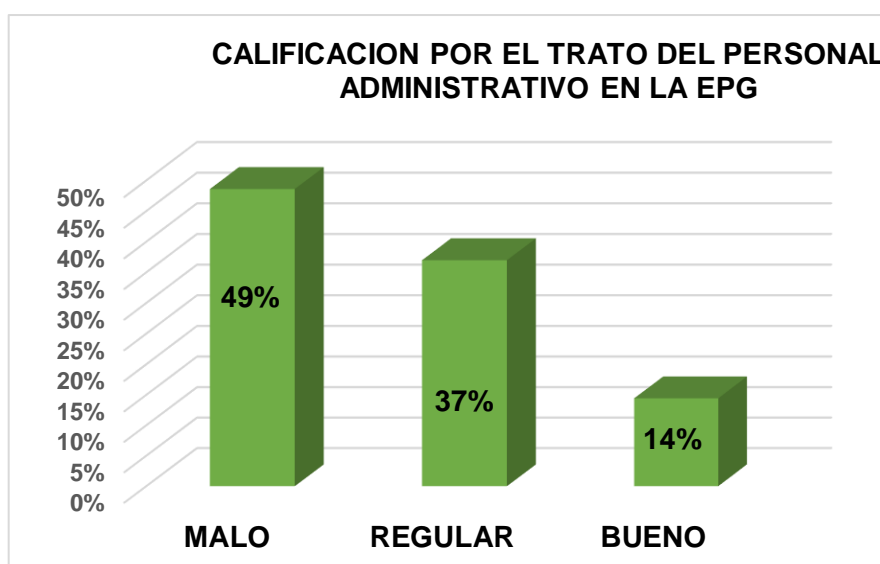
Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 132 encuestados que representa el 46% manifestaron un Si, es decir que las informaciones económicas de los estudiantes son brindadas de acuerdo al requerido por el estudiante de la EPG, mientras que el 40% de los encuestados manifestaron un A Veces y el 14% de los encuestados manifestaron un No, opinión respecto a la información económica por los estudiantes de la EPG.

CUADRO N°21
PERCEPCION RESECTO AL TRATO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO EN
LA EPG

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		MALO		REGULAR		BUENO	
		fi	%	fi	%	fi	%
1	¿Como califica el trato recibido por el personal administrativo de la EPG?.	138	49%	105	37%	41	14%

FUENTE : cuestionario
 ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 21



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de estudiantes a los cuales se les aplico el cuestionario 138 encuestados que representa el 49% manifestaron Malo, es decir que el personal administrativo no buen trato a los estudiantes de la EPG, mientras que el 37% de los estudiantes manifestaron Regula y el 14% de los encuestados manifestaron Bueno, opinión respecto a la calificación por el trato del personal administrativo en al EPG.

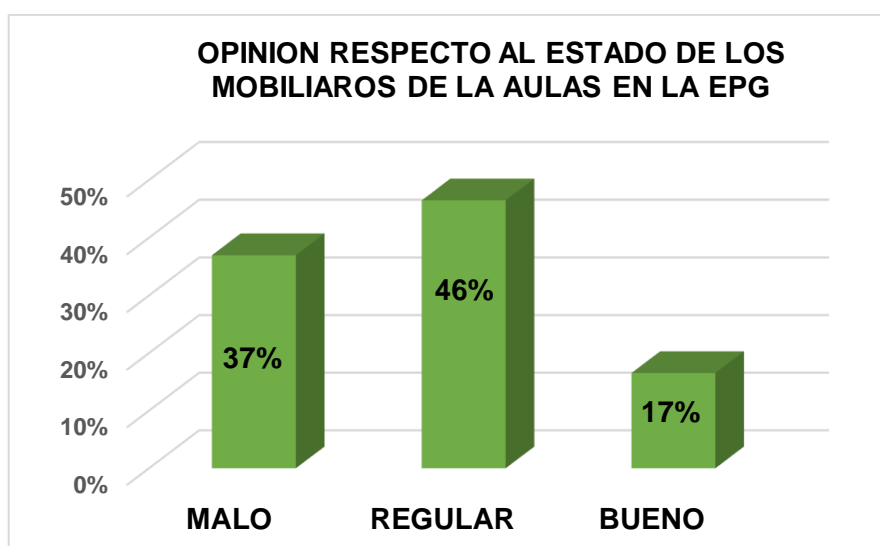
CUADRO N°22

OPINION RESPECTO AL ESTADO DE LOS MOBILIARIOS DE LAS AULAS EN LA EPG

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		MALO		REGULAR		BUENO	
		fi	%	fi	%	fi	%
2	¿Como considera el estado de los mobiliarios de las aulas de las EPG?.	105	37%	132	46%	47	17%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N° 22



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 132 encuestados que representa el 46% manifestaron Regular, es decir que los estados de los mobiliarios con las que cuenta la EPG son regulares, mientras que el 37% de los encuestados manifestaron que es Malo y el 17% de los encuestados manifestaron que son Bueno, la opinión respecto al estado de los mobiliarios de las aulas en la EPG.

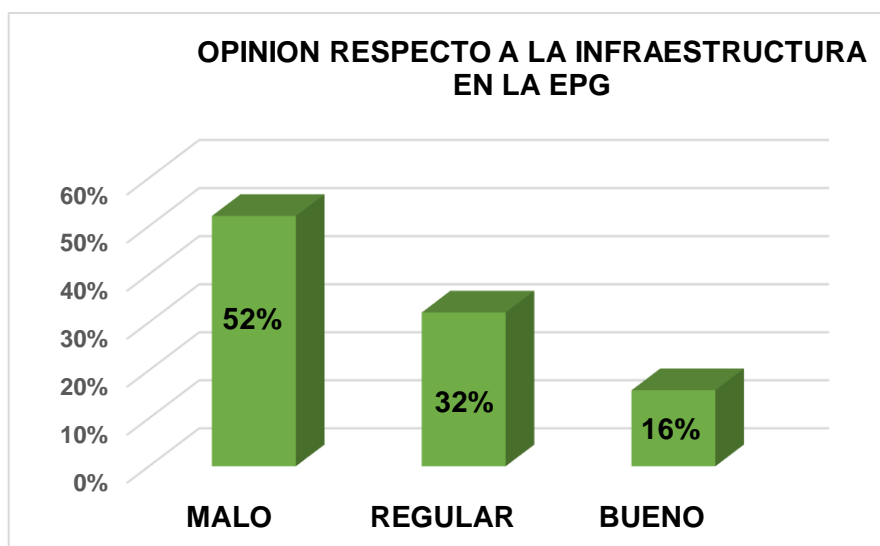
CUADRO N° 23

OPINION RESPECTO A LA INFRAESTRUCTURA DE LA EPG

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		MALO		REGULAR		BUENO	
		fi	%	fi	%	fi	%
3	¿Como considera la infraestructura de la escuela de Posgrado?.	148	52%	91	32%	45	16%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N°23



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 148 encuestados que representa el 52% manifestaron que es Malo, es decir la infraestructura con que cuenta la EPG no son los adecuados, mientras que el 32% de los encuestados manifestaron que es Regular y el 16% de los encuestados manifestaron que es Bueno, opinión respecto a la infraestructura en la EPG.

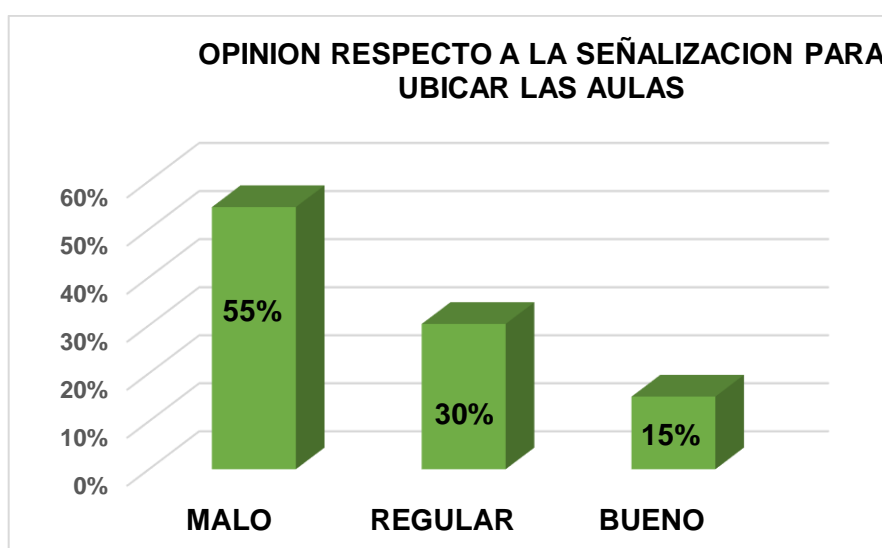
CUADRO N°24

OPINION RESPECTO A LA SEÑALIZACION PARA UBICACIÓN DE LAS AULAS EN LA EPG

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		MALO		REGULAR		BUENO	
		fi	%	fi	%	fi	%
4	¿Como califica las señalizaciones para ubicar una determinada aula?.	155	55%	86	30%	43	15%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N°24



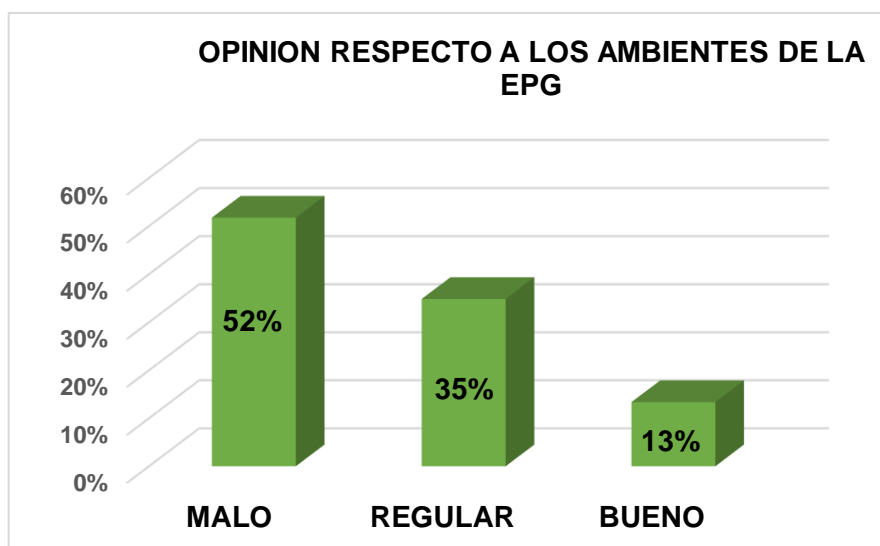
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de estudiantes a los cuales se les aplicó el cuestionario 155 encuestados que representa el 55% manifestaron Malo, es decir las señalizaciones con las que cuenta la EPG para ubicar una determinada aula no están bien determinadas, mientras que el 30% de los encuestados manifestaron Regular y el 15% de los encuestados manifestaron que son Bueno, opinión respecto a la señalización para ubicar las aulas en al EPG.

CUADRO N°25**PERCEPCION RESPECTO A LOS AMBIENTES DE LAS AULAS EN LA EPG**

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS					
		MALO		REGULAR		BUENO	
		fi	%	fi	%	fi	%
5	¿Como considera los ambientes de la Escuela Post Grado?.	147	52%	99	35%	38	13%

FUENTE : cuestionario
ELABORACIÓN: propia

GRAFICO N°25**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Del total de estudiantes a los cuales se les aplico el cuestionario 147 encuestados que representa el 52% manifestaron Malo, es decir que los Ambientes que tiene la EPG son malos, mientras que el 35% de los encuestados manifestaron que son Regular y el 13% de los encuestados manifestaron que son Bueno, opinión respecto a los ambientes de la EPG.

4.2. Contrastación de las Hipótesis Secundarias.

Luego de haber codificado, aplicado y procesado los instrumentos de investigación se procede a demostrar las hipótesis secundarias o específicas.

Para nuestra investigación, la prueba de hipótesis se requiere un análisis de Regresión Múltiple Lineal según Levin y Rubin (2004). El resultado de la estimación de la Regresión Múltiple Lineal aparece, cuya variable dependiente es satisfacción; la muestra comprende un total de 284 alumnos de la Escuela de Posgrado, los datos fueron recolectados en el periodo del segundo bimestre del 2017.

Modelo		1
R		,947a
R cuadrado		,897
R cuadrado corregida		,891
Error típ. de la estimación		,21287
Estadísticos de cambio	Cambio en R cuadrado	,897
	Cambio en F	163,685
	gl1	5
	gl2	284
	Sig. Cambio en F	,000
a. Variables predictoras: (Constante), La atención de la Biblioteca, La atención de la secretaria, La atención de la Unidad Académica, La atención de la Unidad de Tramite Documentario, Los elementos tangibles		
b. Variable dependiente: SATISFACCION		

4.2.1. Contrastación de la Hipótesis secundaria numero 01

HE₁: La atención de la Biblioteca influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

En la hipótesis específica N° 1, al respecto para contrastar esta hipótesis se utiliza la Prueba "Z".

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis nula e hipótesis alterna:

Ho: $\beta_1 \leq 0$

Ha: $\beta_1 > 0$

Dónde:

Ho: La atención de la Biblioteca NO influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

Ha: La atención de la Biblioteca influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

Paso 2: Se utiliza la prueba “Z”, para determinar si el coeficiente específico es mayor a cero (para que sea directa).

Paso 3: Con un nivel de significancia del 0.05 y un grado de confianza del 95%, se establece la regla de decisión:

- La hipótesis nula no se rechaza si: $Z \leq 1.96$.
- La hipótesis nula se rechaza si: $Z > 1.96$
- La hipótesis alterna se acepta si: $Z > 1.96$

Paso 4: Se utiliza una prueba “Z” de una cola, teniendo como resultado ($Z=5,154$; Sig.=0.000). Se observa en la siguiente figura la comparación del Z observado frente al Z teórico.

**Dónde:**

Z_t: Z teórico o Z crítico o Z de la tabla.

Z_o: Z observado o Z calculada.

Paso 5: Decisión

El valor "Z_o" de 5.154 está claramente en la zona de rechazo. Con un nivel de significancia de 0.05 y confianza de 95%, se rechaza la hipótesis nula $H_0: \beta_1 \leq 0$, y se acepta la hipótesis alterna $H_a: \beta_1 > 0$.

Paso 6: Conclusión

Con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que: "La atención de la Biblioteca influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017". Consecuentemente la hipótesis específica N° 1 se acepta.

4.2.2. Contrastación de la Hipótesis secundaria Número 02

HE₂: La atención de la secretaria influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

En la hipótesis específica N°2, al respecto para contrastar esta hipótesis se utiliza la Prueba “Z”.

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis nula e hipótesis alterna:

Ho: $\beta_1 \leq 0$

Ha: $\beta_1 > 0$

Dónde:

Ho: La atención de la secretaria NO influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

Ha: La atención de la secretaria influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

Paso 2: Se utiliza la prueba “Z”, para determinar si el coeficiente específico es mayor a cero (para que sea directa).

Paso 3: Con un nivel de significancia del 0.05 y un grado de confianza del 95%, se establece la regla de decisión:

- La hipótesis nula no se rechaza si: $Z \leq 1.96$.
- La hipótesis nula se rechaza si: $Z > 1.96$
- La hipótesis alterna se acepta si: $Z > 1.96$

Paso 4: Se utiliza una prueba “Z” de una cola, teniendo como resultado ($Z=5,154$; Sig.=0.000). Se observa en la siguiente figura la comparación del Z observado frente al Z teórico.

**Dónde:**

Z_t: Z teórico o Z crítico o Z de la tabla.

Z_o: Z observado o Z calculada.

Paso 5: Decisión

El valor “Z_o” de 2.226 está claramente en la zona de rechazo. Con un nivel de significancia de 0.05 y confianza de 95%, se rechaza la hipótesis nula $H_0: \beta_1 \leq 0$, y se acepta la hipótesis alterna $H_a: \beta_1 > 0$.

Paso 6: Conclusión

Con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que: “La atención de la secretaria influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017”. Consecuentemente la hipótesis específica N°2 se acepta.

4.2.3. Contrastación de la Hipótesis secundaria Número 03

HE₃: La atención de la Unidad Académica influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

En la hipótesis específica N°3, al respecto para contrastar esta hipótesis se utiliza la Prueba “Z”.

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis nula e hipótesis alterna:

Ho: $\beta_1 \leq 0$

Ha: $\beta_1 > 0$

Dónde:

Ho: La atención de la Unidad Académica NO influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

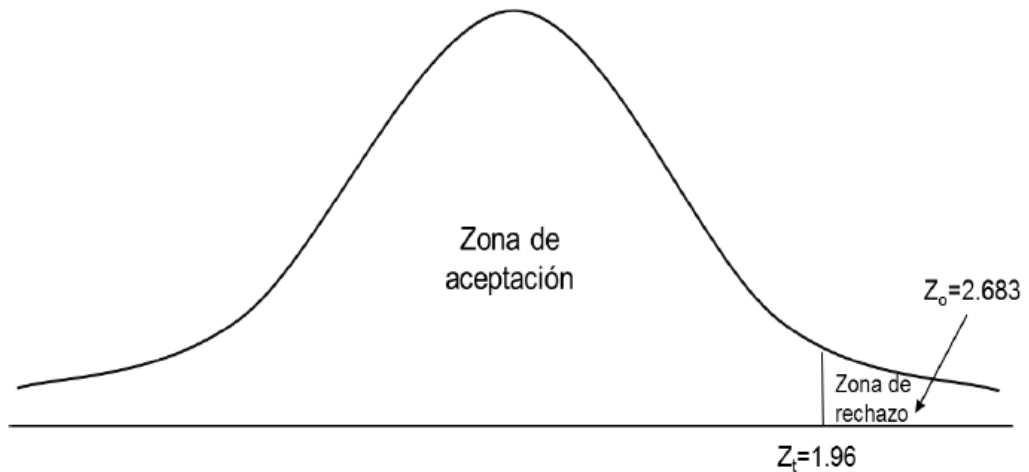
Ha: La atención de la Unidad Académica influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

Paso 2: Se utiliza la prueba “Z”, para determinar si el coeficiente específico es mayor a cero (para que sea directa).

Paso 3: Con un nivel de significancia del 0.05 y un grado de confianza del 95%, se establece la regla de decisión:

- La hipótesis nula no se rechaza si: $Z \leq 1.96$.
- La hipótesis nula se rechaza si: $Z > 1.96$
- La hipótesis alterna se acepta si: $Z > 1.96$

Paso 4: Se utiliza una prueba “Z” de una cola, teniendo como resultado ($Z=5,154$; Sig.=0.000). Se observa en la siguiente figura la comparación del Z observado frente al Z teórico.

**Dónde:**

Zt: Z teórico o Z crítico o Z de la tabla.

Zo: Z observado o Z calculada.

Paso 5: Decisión

El valor "Zo" de 2.683 está claramente en la zona de rechazo. Con un nivel de significancia de 0.05 y confianza de 95%, se rechaza la hipótesis nula $H_0: \beta_1 \leq 0$, y se acepta la hipótesis alterna $H_a: \beta_1 > 0$.

Paso 6: Conclusión

Con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que: "La atención de la Unidad Académica influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017". Consecuentemente la hipótesis específica N°3 se acepta.

4.2.4. Contrastación de la Hipótesis secundaria Número 04

HE₄: La atención de la Unidad de Trámite Documentario influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

En la hipótesis específica N°4, al respecto para contrastar esta hipótesis se utiliza la Prueba “Z”.

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis nula e hipótesis alterna:

Ho: $\beta_1 \leq 0$

Ha: $\beta_1 > 0$

Dónde:

Ho: La atención de la Unidad de Trámite Documentario NO influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

Ha: La atención de la Unidad de Trámite Documentario influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

Paso 2: Se utiliza la prueba “Z”, para determinar si el coeficiente específico es mayor a cero (para que sea directa).

Paso 3: Con un nivel de significancia del 0.05 y un grado de confianza del 95%, se establece la regla de decisión:

- La hipótesis nula no se rechaza si: $Z \leq 1.96$.
- La hipótesis nula se rechaza si: $Z > 1.96$
- La hipótesis alterna se acepta si: $Z > 1.96$

Paso 4: Se utiliza una prueba “Z” de una cola, teniendo como resultado ($Z=5,154$; $\text{Sig.}=0.000$). Se observa en la siguiente figura la comparación del Z observado frente al Z teórico.



Dónde:

Z_t: Z teórico o Z crítico o Z de la tabla.

Z_o: Z observado o Z calculada.

Paso 5: Decisión

El valor “Z_o” de 3.287 está claramente en la zona de rechazo. Con un nivel de significancia de 0.05 y confianza de 95%, se rechaza la hipótesis nula $H_0: \beta_1 \leq 0$, y se acepta la hipótesis alterna $H_a: \beta_1 > 0$.

Paso 6: Conclusión

Con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que: “La atención de la Unidad de Trámite Documentario influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017”. Consecuentemente la hipótesis específica N°4 se acepta.

4.2.5. Contrastación de la Hipótesis secundaria Número 05

HE₅: Los elementos tangibles influyen en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

En la hipótesis específica N°5, al respecto para contrastar esta hipótesis se utiliza la Prueba “Z”.

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis nula e hipótesis alterna:

Ho: $\beta_1 \leq 0$

Ha: $\beta_1 > 0$

Dónde:

Ho: Los elementos tangibles NO influyen en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

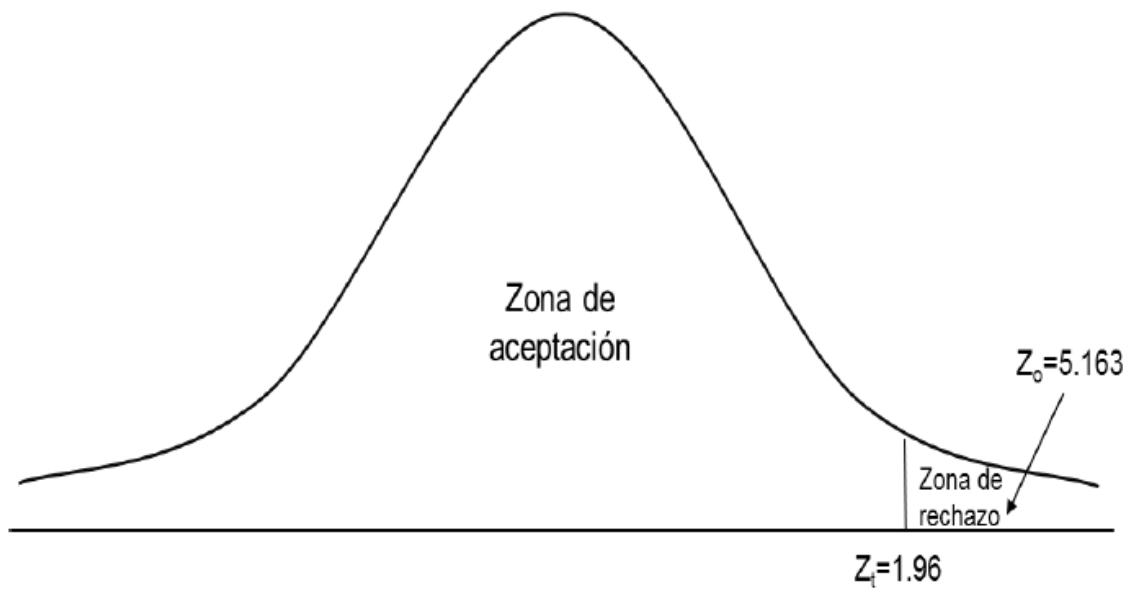
Ha: Los elementos tangibles influyen en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017.

Paso 2: Se utiliza la prueba “Z”, para determinar si el coeficiente específico es mayor a cero (para que sea directa).

Paso 3: Con un nivel de significancia del 0.05 y un grado de confianza del 95%, se establece la regla de decisión:

- La hipótesis nula no se rechaza si: $Z \leq 1.96$.
- La hipótesis nula se rechaza si: $Z > 1.96$
- La hipótesis alterna se acepta si: $Z > 1.96$

Paso 4: Se utiliza una prueba “Z” de una cola, teniendo como resultado ($Z=5,154$; Sig.=0.000). Se observa en la siguiente figura la comparación del Z observado frente al Z teórico.

**Dónde:**

Zt: Z teórico o Z crítico o Z de la tabla.

Zo: Z observado o Z calculada.

Paso 5: Decisión

El valor "Zo" de 5.163 está claramente en la zona de rechazo. Con un nivel de significancia de 0.05 y confianza de 95%, se rechaza la hipótesis nula $H_0: \beta_1 \leq 0$, y se acepta la hipótesis alterna $H_a: \beta_1 > 0$.

Paso 6: Conclusión

Con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que: "Los elementos tangibles influyen en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017". Consecuentemente la hipótesis específica N°5 se acepta.

4.3. Prueba de Hipótesis General

HG: La calidad de servicio administrativo influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Año 2017.

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis nula e hipótesis alterna:

$$H_0: \left[\begin{array}{c} \beta_1 \leq 0 \\ \beta_2 \leq 0 \\ \beta_3 \leq 0 \\ \beta_4 \leq 0 \\ \beta_5 \leq 0 \end{array} \right] \quad H_a: \left[\begin{array}{c} \beta_1 > 0 \\ \beta_2 > 0 \\ \beta_3 > 0 \\ \beta_4 > 0 \\ \beta_5 > 0 \end{array} \right]$$

En la hipótesis específica N°5, al respecto para contrastar esta hipótesis se utiliza la Prueba “Z”.

Paso 1: Planteamiento de la hipótesis nula e hipótesis alterna:

$H_0: \beta_1 \leq 0$

$H_a: \beta_1 > 0$

Dónde:

H₀: La calidad de servicio administrativo NO influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Año 2017.

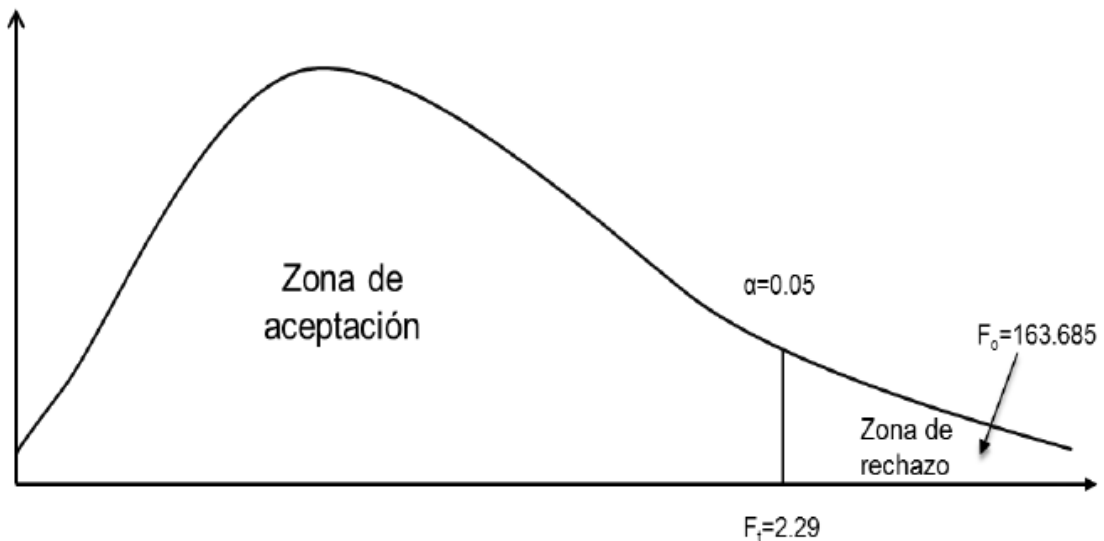
H_a: La calidad de servicio administrativo influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Año 2017.

Paso 2: Se utiliza la prueba “Z”, para determinar si el coeficiente específico es mayor a cero (para que sea directa).

Paso 3: Con un nivel de significancia del 0.05 y un grado de confianza del 95%, se establece la regla de decisión:

- La hipótesis nula no se rechaza si: $Z \leq 1.96$.
- La hipótesis nula se rechaza si: $Z > 1.96$
- La hipótesis alterna se acepta si: $Z > 1.96$

Paso 4: Se utiliza una prueba “Z” de una cola, teniendo como resultado ($Z=5,154$; Sig.=0.000). Se observa en la siguiente figura la comparación del Z observado frente al Z teórico.



Dónde:

Zt: Z teórico o Z crítico o Z de la tabla.

Zo: Z observado o Z calculada.

Paso 5: Decisión

El valor “Zo” de 163.685 está claramente en la zona de rechazo. Con un nivel de significancia de 0.05 y confianza de 95%, se rechaza la hipótesis nula $H_0: \beta_1 \leq 0$, y se acepta la hipótesis alterna $H_a: \beta_1 > 0$.

Paso 6: Conclusión

Con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que: “La calidad de servicio administrativo influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Año 2017”. Consecuentemente la hipótesis general se acepta.

La prueba de significación realizada bajo Estadístico F y Probabilidad (estadístico F), muestra que las variables son significativas individualmente y en conjunto también lo son. Los valores son respectivamente 163.685 y 0.00, que permiten rechazar la hipótesis nula (que todos los coeficientes son simultáneamente menores o igual a cero).

La prueba estadística r cuadrado ajustado de 0.891 o 89.1%, también permite suponer que no se rechaza la significación global de las variables ni del modelo. El 89.1% de la variación de la satisfacción del estudiante está explicada por la calidad del servicio el resto esta explicado por otras variables no estudiadas.

CAPÍTULO V

DISCUSION DE RESULTADOS

En este capítulo se realizó la confrontación de los resultados obtenidos durante el proceso de investigación con las bases teóricas y los antecedentes, lo que permitió verificar la relación existente, entre la variable de calidad de servicio administrativo y su influencia en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL – Huánuco. 2018.

5.1. Contrastación de los resultados obtenidos durante el trabajo de campo con los antecedentes.

Según los resultados que se presentaron en el capítulo anterior y que fueron debidamente analizados e interpretados utilizando técnicas de la Estadística Descriptiva y que están plasmados en los cuadros N° 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 09, 10, 11 y 12 en el capítulo los resultados, tiene relación con los resultados obtenidos por **Barrueta Salazar, Luis Henry** en su tesis titulado “Influencia de la Banca Móvil en la Satisfacción de Clientes del BBVA Continental - Huánuco, El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar y analizar el servicio de la banca móvil y su efecto en el nivel de satisfacción de los clientes del Banco Continental en la ciudad de Huánuco. El tipo de investigación fue aplicada, la muestra del trabajo de investigación fue probabilístico aplicando el cálculo muestral obteniendo 133 clientes; a quienes se les aplicó la encuesta, se llegó a las siguientes conclusiones: Se ha confirmado que los servicios de banca móvil que ofrece el BBVA Continental tienen un

efecto directo y positivo en el nivel de satisfacción percibido por sus clientes de la ciudad de Huánuco con un promedio de 46.6% (62 encuestados) que están muy satisfechos con este servicio, 46.6% (62 encuestados) que solo están satisfechos y un mínimo de 6.8% (9 entrevistados) que están poco satisfechos es decir la gran mayoría de los clientes encuestados están más que satisfechos con este servicio que el BBVA Continental ha implementado como parte de su estrategia de canalización.

Asimismo **Janeth del Pilar Calero Mora (2015)**, en su investigación titulada; “Gestión administrativa y calidad de los servicios en la municipalidad provincial de Huaral en el año 2015” tesis realizada para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, llegó a las siguientes conclusiones: La gestión administrativa, debe ser adecuadamente llevada si contamos con personal adecuado que quiera brindar sus servicios sin ningún tipo de problemas, donde se planifique, donde se establezca una buena organización, que haya un liderazgo que trate de comprometer a todos sus colaboradores y tratar de lograr los objetivos, y también se trate de implementar un buen sistema de control, para verificar las actividades de la organización.

5.2. Contrastación de los resultados del trabajo de campo, con los referentes bibliográficos de las bases teóricas.

En el marco teórico del presente informe se han consignado los antecedentes que tienen relación directa con la presente investigación, Al respecto, Esto podría explicarse según **Oliver Olvera Romero (2011)**, define: La atención al cliente es una parte fundamental de una empresa. El trato con los consumidores es crucial ya que de ello depende en gran parte el grado de satisfacción de los mismos con los bienes o servicios que le ofrece dicha empresa. Por tanto, un buen servicio de atención al cliente generará más fidelidad por parte de este hacia la empresa en cuestión. Así también **Carlos Calunga Dávila (2013)**, define: La satisfacción del cliente es la evaluación que hace de un bien o servicio en términos de si ha cumplido sus necesidades y expectativas, el no satisfacer necesidades y expectativas resulta en insatisfacción con el bien o servicio.

5.3 Aporte Científico de la Investigación

Después de haber realizado esta investigación acerca de “La Calidad del Servicio Administrativo Influye en la Satisfacción de los Estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Huánuco, Año 2017”, los resultados obtenidos en la presente investigación demuestran con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que: “La calidad de servicio administrativo influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Año 2017” Por lo tanto la presente investigación será utilizado como un fuente para facilitar el proceso administrativo, de tal

manera esta investigación podrá constituir una herramienta para el desempeño de una mejor calidad de servicio a los estudiantes de la Escuela de posgrado – UNHEVAL.

CONCLUSIONES

1. La calidad del servicio administrativo influye en la satisfacción del estudiante de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL de manera directa. Es decir, según los datos recopilados a través del cuestionario, la prueba de significación realizada bajo Estadístico F y Probabilidad (estadístico F), muestra que las variables son significativas individualmente y en conjunto también lo son. Los valores son respectivamente 163.685 y 0.00, la prueba estadística r cuadrado ajustado de 0.891 o 89.1%, también permite suponer que no se rechaza la significación global de las variables ni del modelo. El 89.1% de la variación de la satisfacción del estudiante de la Escuela de Posgrado está explicada por la calidad del servicio el resto esta explicado por otras variables no estudiadas.
2. La atención de la Biblioteca influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL de manera directa. Es decir, según los datos recopilados a través de los instrumentos de investigación, con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que: “La atención de la Biblioteca influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017”.
3. La atención de la secretaria influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL de manera directa. Es decir, según los datos recopilados de la muestra, con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que: “La atención de la secretaria influye en la

satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL de manera directa”.

4. La atención de la Unidad Académica influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL de manera directa. Es decir, según los datos recopilados de la muestra, con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que: “La atención de la Unidad Académica influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017 de manera directa”.
5. La atención de la Unidad de Trámite Documentario influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL de manera directa. Es decir, según los datos recopilados de la muestra, con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que: “La atención de la Unidad de Trámite Documentario influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017 de manera directa”.
6. Los elementos tangibles influyen en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL de manera directa. Es decir, según los datos recopilados de la muestra, con un nivel de significancia de 0.05 y un nivel de confianza del 95% con los datos recopilados de la realidad empírica se concluye que: “Los elementos tangibles influyen en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado. UNHEVAL. 2017 de manera directa”.

SUGERENCIAS

1. Se sugiere al director de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL formular estrategias de calidad del servicio para mejorar la satisfacción del estudiante.
2. Se sugiere al director de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL crear en la institución, una cultura de servicio, mediante la participación de todos los colaboradores en la biblioteca de la Escuela de Posgrado.
3. Se sugiere al director de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL capacitar a las secretarías en temas relacionados a calidad de servicio e investigar sobre cuáles son los factores moderadores de la relación entre la calidad en el servicio y la lealtad del cliente en las empresas.
4. Se sugiere al director de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL contratar un personal adicional los días sábados y domingos, días en las cuales hay concurrencia de alumnos en la Unidad Académica.
5. Se sugiere que para mejorar la calidad de servicio en la Unidad de trámite documentario se prevé mejorar el ambiente de trabajo donde haya comodidad y preste las condiciones mínimas, además dar incentivos monetarios y no monetarios para que de esta manera se pueda apreciar el mejor desempeño laboral del trabajador.
6. Realizar actividades que no realiza la competencia usualmente como transmisión de videos y charlas de cuidado de los elementos tangibles aprovechando los conocimientos del personal

BIBLIOGRAFIA

- **Barrueta Salazar, Luis Henry (2015)**, tesis “Influencia de la Banca Móvil en la Satisfacción de Clientes del BBVA Continental - Huánuco, tesis para optar el grado de Magister en Banca y Finanzas.
- **Chancasanampa Lara, magno Enrique (2015)**, Tesis “Calidad de Servicio Brindado Asegurado al Seguro Integral de Salud En el Centro de Salud Conaica – Huancavelica, Tesis para optar el grado de Magister en Administración y Gerencia en Salud, UNHEVAL.
- **Fernández, D. y E. Fernández (2010)** Comunicación empresarial y atención al cliente, (1ª. ed.), Madrid, España.
- **Ferrell, O. y M. Hartline (2006)** Estrategia de marketing, 3ª. ed. México.
- **García Cruz, Josefina Arimatea (2008)** en su tesis titulado “La calidad de la gestión académico administrativa y el desempeño docente en la Unidad de Posgrado según los estudiantes de maestría de la Facultad de Educación de la UNMSM” tesis para optar el grado de doctor en Educación, Lima.
- **Gil More C. (1996)**. Manual aplicativo de la calidad de atención médica, OPSI OMS, Wash - USA.
- **Gosso, F. (2008)** Hipersatisfacción del cliente, (1ª. ed.), México: Panorama Editorial.
- **Grande, I. (2005)** Marketing de los servicios, (4ª. ed.), España: Esic Editorial.
- **Hernández, H. (2006)**, Servicio y atención al cliente, (Periódico), Guatemala, Centro América: Editorial Prensa Libre.

- **Kotler, P. y K. Keller (2006)** Dirección de marketing, (12^a. ed.), México: Pearson Educación.
- **Lamb Ch., J. Hair y C. McDaniel (2006)** Marketing (8^a. ed) Thomson, Bogota, Colombia.
- **Mejía, M. (2012).** Percepción de un grupo de colaboradores de nivel operativo en una empresa de servicio al cliente, acerca de los beneficios de un programa de calidad de la ciudad de Guatemala. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- **Ochoa Romero, Alejandro (2015)** tesis “La Calidad en el Servicio Administrativo y la Satisfacción de los usuarios de la UNHEVAL, Huánuco - 2014” tesis para optar el grado de Magister en Gestión y negocios Mención: Gestión de Proyectos – UNHEVAL, Huánuco.
- **Pérez, V. (2006)** Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio, (1^a. ed.), España: Ideas propias editorial.
- **Sampieri Hernandez, Roberto (1991)**, Metodología de la investigación, Edición Mc Graw-Hill. México.
- **Saturno PJ. (2001).** Análisis de las organizaciones sanitarias con el modelo de la Fundación Europea para la Calidad. Manual del Master en gestión de la calidad en los servicios de salud. Módulo 8: Diagnostico organizacional. Unidad temática 43. España: Universidad de Murcia.
- **Vargas M. y Aldana L. (2006)** Calidad y Servicio, (1^a. ed) Editorial Ecoe, Bogotá, Colombia.

ANEXOS

ANEXO N° 001
MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRÍZ DE CONSISTENCIA

CALIDAD DEL SERVICIO ADMINISTRATIVO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE POSGRADO – UNHEVAL; AÑO 2017						
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
PG: ¿Cómo influye la calidad del servicio administrativo en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Año 2017?	OG: Determinar la influencia de la Calidad de Servicio Administrativo en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Año 2017	HG: La calidad de servicio administrativo influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado, UNHEVAL – Año 2017.	VARIABLE INDEPENDIENTE Calidad de servicio administrativos	Atención de la Biblioteca	*Atencion Personalizada *Mobiliario adecuado *Material bibliografico * Recursos Digitales	Tipo de Investigación: Aplicada. Nivel de Investigación: Descriptivo - Explicativo Diseño: No experimental, transversal. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS Técnica: <input type="checkbox"/> Encuesta Instrumento: <input type="checkbox"/> Cuestionario
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS		Atención de secretaria	*Respeto *Trato adecuado *Claridad en la información *Comprension de las necesidades	
PE1: ¿Cómo influye la atención de la Biblioteca en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado?	OG1: Determinar la influencia de la atención de la biblioteca en la satisfacción de los alumnos de la Escuela de Posgrado.	HE1: La atención de la Biblioteca influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado.		Atención en la Unidad Académica.	*Confianza *Celeridad *Amabilidad	
PE2: ¿Cómo influye la atención de secretaria en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado?	OG2: Determinar la influencia de la atención de la secretaria en la satisfacción de los alumnos de la Escuela de Posgrado.	HE2: La atención de la secretaria influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado.		Trámite Documentario	*Segimiento a los documentos *Capacidad de Respuesta *Celeridad en la informacion de pagos	
PE3: ¿Cómo influye la atención de la Unidad Académica en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado?	OG3: Determinar la influencia de la atención de la Unidad Académica en la satisfacción de los alumnos de la Escuela de Posgrado	HE3: La atención de la Unidad Académica influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado.		Elementos tangibles	*Infraestructura *Mobiliario	
PE4: ¿Cómo influye la atención de la Unidad de Trámite Documentario en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado?	OG4: Determinar la influencia de la atención de la Unidad de Tramite Documentario en la satisfacción de los alumnos de la Escuela de Posgrado.	HE4: La atención de la Unidad de Tramite Documentario influye en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado.	VARIABLE DEPENDIENTE Satisfacción de los estudiantes de la escuela de post grado	Fiabilidad	*Cumplimiento de promesas *Asertividad *Interes por cumplir lo prometido	
PE5: ¿Cómo influyen los elementos tangibles en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado?	OG5: Analizar la influencia de los elementos tangibles en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado	HE5: Los elementos tangibles influyen en la satisfacción de los estudiantes de la Escuela de Posgrado.		Capacidad de respuesta	*Rapidez *Disposicion a ayudar *Creatividad	
				Empatia	*Horario conveniente *Atencion personalizada *Comprension de las necesidades	



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN DE HUÁNUCO
ESCUELA DE POST-GRADO
MAESTRIA EN GESTIÓN PÚBLICA PARA EL DESARROLLO SOCIAL

CUESTIONARIO

Estimado beneficiario(a), estoy realizando un trabajo de investigación, cuyos resultados ayudaran a mejorar “La calidad del servicio administrativo en la satisfacción de los estudiantes de la EPG”, y así mismo para verificar los resultados de este, sea tan amable de leer las preguntas y marcar con una X la alternativa de su preferencia.

	INSTRUCCIONES: Lea con detenimiento cada una de las siguientes respuestas e indique cuán de acuerdo está usted con las mismas. 1=SI 2= NO 3=A VECES	SI	NO	A VECES
1	¿El personal de la biblioteca de la EPG le ofrece atención personalizada?	1	2	3
2	¿Los espacios de la biblioteca de la EPG son adecuados para el estudio, aprendizaje o investigación?	1	2	3
3	¿Los materiales bibliográficos de la EPG cubren las necesidades de información que necesito?	1	2	3
4	¿Los materiales bibliográficos digitales de la EPG cubren las necesidades que necesito?	1	2	3
5	¿Los materiales bibliográficos e la EPG son modernos y me permite un acceso fácil a la información que necesito?	1	2	3
6	¿El trato hacia usted del personal de secretaria de la EPG fue respetuoso?	1	2	3
7	¿La información escrita, personal o telefónica que se le da, es adecuada del personal de la secretaria de la EPG?	1	2	3
8	¿El personal de la secretaria de la EPG utilizó palabras claras para darle la información solicitada a los estudiantes?	1	2	3
9	¿El personal de la de la secretaria de la EPG comprende las necesidades de los estudiantes?	1	2	3
10	¿Las orientaciones a los estudiantes por parte de la secretaria de la EPG respecto a las gestiones?	1	2	3
11	¿El personal de trámite documentario le inspira confianza?	1	2	3
12	¿Los documentos requeridos (constancias, resoluciones) son atendidos con prontitud?	1	2	3
13	¿El personal de trámite documentario tiene voluntad de ayudar a los usuarios?	1	2	3

14	¿El trato recibido por el personal de trámite documentario fue equitativo?	1	2	3
15	¿El personal de trámite documentario le da seguimiento a los documentos presentados?	1	2	3
16	¿El personal de la unidad académica tiene conocimiento y es capaz de responder a las preguntas que se le formule?	1	2	3
17	¿Las informaciones económicas son actualizadas a tiempo por el personal de la EPG?	1	2	3
18	¿El personal de la unidad académica brinda la información que requiere al usuario?	1	2	3
19	¿Las informaciones académicas de los estudiantes están actualizadas en el sistema académico de la EPG –UNHEVAL?	1	2	3
20	¿Las informaciones económicas de los estudiantes son brindadas de acuerdo a los requeridos por los estudiantes de la EPG – UNHEVAL?	1	2	3

Cuestionario de satisfacción del estudiante de la Escuela de Post Grado

Por favor puntúe de 1 a 3 las siguientes preguntas, siendo el 3 la respuesta mejor valorada y en la respuesta peor valorada.				
1= MALO				
2= REGULAR				
3= BUENO				
21	¿Cómo califica el trato recibido por el personal administrativo de la EPG?	1	2	3
22	¿Cómo considera el estado de los mobiliarios de las aulas de las EPG?	1	2	3
23	¿Cómo considera la infraestructura de la escuela de Posgrado?	1	2	3
24	¿Cómo consideras los ambientes de la EPG?	1	2	3
25	¿Cómo califica las señalizaciones para ubicar una determinada aula?	1	2	3

NOTA BIOGRÁFICA

EDVER ACCILIO TUCTO, nació en el Centro Poblado de Cosma - Distrito de Rondos- Provincia de Lauricocha- Departamento de Huánuco el 08 de febrero de 1979, cursó sus estudios de nivel primario en la Institución Educativa N° 3275 – Centro Poblado de Cosma, destacando sus logros académicos; sus estudios de nivel secundario lo realizaron en el Colegio Nacional José Carlos Mariátegui “El Amauta”, Amarilis. En 1996 ingresó a la Universidad Nacional “Hermilio Valdizan Medrano” en la facultad de Gestión Empresarial, E.A.P. de Economía, egresa el año 2012, obteniendo el grado de bachiller de Economía en el mes de mayo del año 2013, en el año 2014 optó el Título de Economista en la Universidad Nacional “Hermilio Valdizan Medrano”. Actualmente labora como asistente administrativo en la Unidad Académica de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL.



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN
Huánuco - Perú

ESCUELA DE POSGRADO
Campus Universitario, Pabellón V "A" 2do. Piso - Cayhuayna
Teléfono 514760 -Pág. Web. www.posgrado.unheval.edu.pe



ACTA DE DEFENSA DE TESIS DE MAESTRO

En el Auditorio de la Escuela de Posgrado, siendo las 16:00hrs., del día jueves 21 DE JUNIO DE 2018, ante los Jurados de Tesis constituido por los siguientes docentes:

Dr. Eduardo MELGREJO LEANDRO	Presidente
Dr. Wilder DOMINGUEZ ESPIRITU	Secretario
Mg. Alberto SALDAÑA PANDURO	Vocal

Asesor de Tesis, Dr. Rodolfo Amancio VALDIVIESO ECHEVARRÍA (Resolución N° 03742-2017-UNHEVAL/EPG-D)

El aspirante al Grado de Maestro en Gerencia Pública, Don, Edver ACCILIO TUCTO.

Procedió al acto de Defensa:

Con la exposición de la Tesis titulado: "LA CALIDAD DE SERVICIO ADMINISTRATIVO INFLUYE EN LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE POSGRADO, UNHEVAL - HUÁNUCO, AÑO 2017".

Respondiendo las preguntas formuladas por los miembros del Jurado y público asistente.

Concluido el acto de defensa, cada miembro del Jurado procedió a la evaluación del aspirante a Maestro, teniendo presente los criterios siguientes:

- a) Presentación personal.
- b) Exposición: el problema a resolver, hipótesis, objetivos, resultados, conclusiones, los aportes, contribución a la ciencia y/o solución a un problema social y Recomendaciones.
- c) Grado de convicción y sustento bibliográfico utilizados para las respuestas a las interrogantes del Jurado y público asistente.
- d) Dicción y dominio de escenario.

Así mismo, el Jurado plantea a la tesis las observaciones siguientes:

.....
.....

Obteniendo en consecuencia el Maestría la Nota de SEPTUAGINTA Y SEIS (17)
Equivalente a MUY BUENO, por lo que se declara APROBADA
(Aprobado ó desaprobado)

Los miembros del Jurado, firman el presente ACTA en señal de conformidad, en Huánuco, siendo las S.P.M. horas del 21 de junio de 2018.

SECRETARIO	PRÉSIDENTE	VOCAL
DNI N° <u>22783456</u>	DNI N° <u>226181150</u>	DNI N° <u>22908909</u>

Legenda:
19 a 20: Excelente
17 a 18: Muy Bueno
14 a 16: Bueno

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICA DE POSGRADO

1. IDENTIFICACIÓN PERSONAL

Apellidos y Nombres: ACCILIO TUCTO, EDVER

DNI: 41222837

Correo electrónico: accilio_777@hotmail.com

Teléfono de casa:

Celular: 972773060

Oficina:

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

POSGRADO
Maestría: EN GERENCIA PÚBLICA

Grado Académico obtenido:

MAESTRO

Título de la tesis:

LA CALIDAD DE SERVICIO ADMINISTRATIVO INFLUYE EN LA SATISFACCIÓN EN LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE POSGRADO, UNHEVAL-HUÁNUCO, AÑO 2017.

Tipo de acceso que autoriza el autor:

Marcar "X"	Categoría de acceso	Descripción de acceso
X	PÚBLICO	Es público y accesible el documento a texto completo por cualquier tipo de usuario que consulta el repositorio.
	RESTRINGIDO	Solo permite el acceso al registro del metadato con información básica, mas no al texto completo.

Al elegir la opción "Público" a través de la presente autorizo de manera gratuita al Repositorio Institucional – UNHEVAL, a publicar la versión electrónica de esta tesis en el Portal Web repositorio.unheval.edu.pe, por un plazo indefinido, consintiendo que dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita, pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla, siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

En caso haya marcado la opción "Restringido", por favor detallar las razones por las que se eligió este tipo de acceso:

Asimismo, pedimos indicar el periodo de tiempo en que la tesis tendría el tipo de acceso restringido:

(X) 1 año () 2 años () 3 años () 4 años

Luego del periodo señalado por usted(es), automáticamente la tesis pasará a ser de acceso público.

Fecha de firma: _____

Firma del autor