



POSGRADOS

MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS,
MENCIÓN GESTIÓN DE PROYECTOS Y
GESTIÓN FINANCIERA

RPC-SO-30-NO.502 -2019

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

ARTÍCULOS PROFESIONALES DE ALTO NIVEL

TEMA:

CALIDAD DEL SERVICIO EDUCATIVO Y
SATISFACCIÓN EN ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL

AUTOR(ES):

MIRIAN LEONOR CORONEL AILLA
KATIUSKA BETHZABETH PLUAS ROLDAN

DIRECTOR:

PRISCILLA ROSSANA PAREDES FLORIL

GUAYAQUIL – ECUADOR

2023

Autora:

Mirian Leonor Coronel Ailla



Ingeniera en Contabilidad y Auditoría

Candidata a Magíster en Administración de Empresas por la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Guayaquil.

mcoronelai@est.ups.edu.ec

Autora:

Katuska Bethzabéth Plúas Roldán



Ingeniera en Contabilidad y Auditoría

Candidata a Magíster en Administración de Empresas por la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Guayaquil.

kpluas@est.ups.edu.ec

Dirigido por:

Priscilla Rossana Paredes Floril



Doctora en Administración de Empresas

Magíster en Tributación y Finanzas

Magíster en Docencia y Gerencia en Educación Superior

Ingeniera Comercial

pparedes@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2022 Universidad Politécnica Salesiana.

GUAYAQUIL – ECUADOR – SUDAMÉRICA

MIRIAN LEONOR CORONEL AILLA

KATIUSKA BETHZABÉTH PLÚAS ROLDÁN

***CALIDAD DEL SERVICIO EDUCATIVO Y SATISFACCION EN ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.***

RESUMEN

Este artículo tiene como finalidad analizar la calidad de los servicios educativos universitarios de la ciudad de Guayaquil, acorde a las percepciones y grado de satisfacción de los estudiantes. Esta investigación fue de tipo cuantitativa, con un diseño no experimental, correlacional, para lo cual se implementó la técnica de la encuesta instrumento de recolección de datos junto con la escala de Likert como forma de respuesta, en la que se realizaron 40 preguntas que abarcaban las cinco dimensiones del método de medición Servqual: tangibilidad, fiabilidad, empatía, capacidad de respuesta y seguridad, que fue aplicada a una muestra de 384 estudiantes universitarios de la ciudad de Guayaquil. La prueba de fiabilidad de Alfa de Cronbach fue de 0.978 que muestra que los datos son consistentes, se realizó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov y correlación dimensional de Pearson, dando como resultado que los estudiantes están más satisfechos con los elementos tangibles del servicio y menos satisfechos con la seguridad. Generando así la necesidad de evaluar sus servicios constantemente y procurar la mejora de los mismos, en pro de una educación con calidad.

Palabras clave: Calidad del servicio educativo, satisfacción de los estudiantes, evaluación.

ABSTRACT

This article aims to analyze the quality of university educational services in Guayaquil, according to the perceptions and degree of satisfaction of students. This research was quantitative, with a non-experimental, correlational design, for which the data collection instrument survey technique was implemented together with the Likert scale as a form of response, in which 40 questions were asked that included the five dimensions of the Servqual method, which are: tangibility, reliability, empathy, responsiveness and security, which was applied to a sample of 384 university students from the city of Guayaquil. The Cronbach's Alpha reliability test was 0.978, which shows that the data is consistent; the Kolmogorov-Smirnov normality test and Pearson's dimensional correlation were performed, resulting in students being more satisfied with the tangible elements of the service and less satisfied with security. Thus generating the need to constantly evaluate their services and seek to improve them, in favor of quality education.

Keywords: Quality of the educational service, student satisfaction, evaluation.

Tabla de Contenido

1	INTRODUCCIÓN	4
1.1	Perspectiva de la educación superior en el Ecuador.	5
2	MARCO TEORICO.....	7
2.1	La Calidad	7
2.1.1	Elementos Tangibles.....	8
2.1.2	Fiabilidad	8
2.1.3	Capacidad de Respuesta.....	9
2.1.4	Seguridad	9
2.1.5	Empatía	9
2.2	Satisfacción del cliente.....	10
2.2.1	Percepción del cliente	10
2.2.2	Expectativas del cliente.....	11
2.2.3	Niveles de Satisfacción.....	11
3	MATERIALES Y MÉTODO	12
4	RESULTADOS.....	12
5	DISCUSIÓN	15
5.1	Limitación	16
5.2	Futuras líneas de investigación	17
6	CONCLUSIÓN.....	17
7	BIBLIOGRAFÍA	18

1 INTRODUCCIÓN

En un mundo que está en constante evolución, tener educación de nivel superior se ha convertido en una obligación, creando personas más competitivas a nivel profesional, con el fin de obtener una mejor posición y consolidar una situación económica estable.

Lo que conlleva a las universidades a estar en una constante evaluación y adaptación a las exigencias del mercado, lo que ha dado cabida a nuevas modalidades de estudio como lo es la modalidad en línea, esto ha permitido acceder a realizar estudios en numerosas e importantes universidades extranjeras creando a su vez una fuerte competencia para las universidades locales.

Por lo que, y para no quedarse atrás las universidades deberían realizar cambios en su gestión educativa, modificando sus planes de acción, estableciendo nuevas metas todo con el propósito de mejorar el nivel de calidad de formación profesional ofertado en la actualidad.

Según Vera (2020) la visión de las ciencias económicas y que está orientada específicamente a la gerencia de instituciones educativas, considerando que la educación es un servicio, es sumamente importante que las universidades realicen evaluaciones de su servicio no sólo en la parte académica sino también de su infraestructura, laboratorios, biblioteca, que sus instalaciones sean de calidad, que ofrezcan un buen clima institucional, en donde prime el bienestar del estudiante, es decir, una evaluación integral, que permita conocer sus fortalezas para seguirlas manteniendo y todas aquellas falencias que como institución están teniendo y tomar acciones correctivas con el propósito de cumplir con las expectativas de los usuarios.

A esta afirmación, Alvarado y Moreno (2017), en su libro “Gobernanza y gestión de calidad en los centros de investigación”, agrega que, la gestión educativa se hace más compleja e ineficiente a medida que las universidades aumentan de tamaño, a consecuencia del incremento del número de estudiantes, lo que a su vez amplía la nómina, multiplicando sus funciones, lo que evidentemente eleva sus gastos, lo que capta su atención dejando en segundo plano las funciones académicas, el carácter investigativo es el que debe primar en las universidades y su vinculación con los actores sociales involucrados en el sistema nacional de ciencia y tecnología.

Uno de los factores importantes y decisivos para los estudiantes al momento de elegir universidad, es la calidad del servicio ofertado, que según la escuela norteamericana de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993), la calidad no es otra cosa que el juicio del consumidor sobre el producto o servicio, a lo que añade Alvarez, Álvarez, y Bullón (2006) *“la calidad representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa busca satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios”*(p. 5)

En este sentido, la mejor forma para conocer el nivel de calidad de servicio que las universidades brindan, es midiendo el grado de satisfacción de los estudiantes tanto de los actuales como de los graduados (Dioses, Morales, Díaz y Vasquez, 2021).

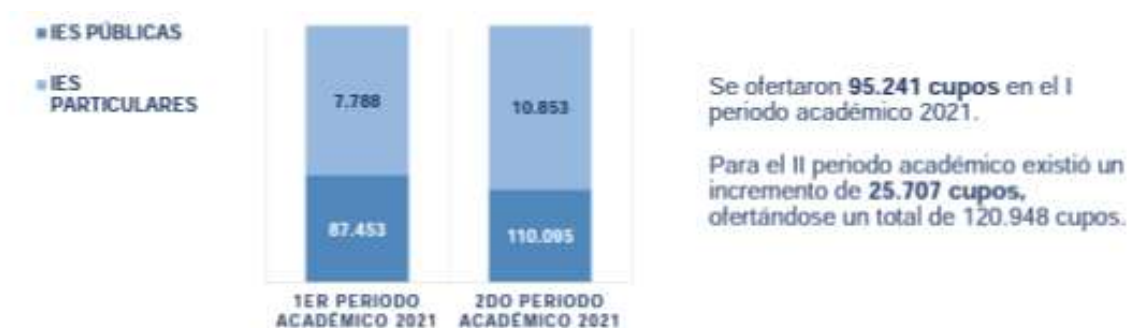
Es de vital importancia que cada institución se dé a la tarea de conocer cuáles son sus puntos críticos, en qué áreas está fallando, para implementar las estrategias necesarias sobre la calidad del servicio, lo que dará como resultado la mejora continua de los mismos. De esta manera y como cita Kotler y Lane (2006), se tendrán usuarios satisfechos que harán eco de su conformidad con el servicio, lo que generará una cadena de recomendaciones que hará ampliar su cartera de clientes, gracias a la creación de una excelente imagen corporativa, y producto de esa satisfacción crearán fidelización con sus clientes (Bodet, 2008). Lo que a su vez tiene afectación directa en el plano laboral, ya que propicia un ambiente más agradable para sus colaboradores (Solórzano y Aceves, 2013).

1.1 Perspectiva de la educación superior en el Ecuador.

En el Ecuador, las universidades procuran mantenerse a la vanguardia en cuanto a las ofertas académicas y también velan porque los espacios sean los apropiados para el desarrollo de las actividades educativas.

Pese a ser un país en vías de desarrollo con bastantes limitaciones con relación a las grandes potencias mundiales, buscan ofrecer carreras que sean útiles para el desarrollo económico y social del país.

Y para lograr esto, el gobierno impulsa programas de estudio con becas nacionales e internacionales destinando grandes recursos para el desarrollo profesional de sus habitantes brindando ofertas de carreras con financiamiento público, tanto en universidades públicas como en privadas.



Fuente: Extraído de la rendición de cuentas 2021 de la Senescyt.

En Guayaquil una de sus principales ciudades tanto a nivel económico como territorial, se puede encontrar la mayor cantidad de universidades, cuya oferta académica es variada.

En el 2021, según datos de la Secretaría Nacional de Educación Superior Ciencia Tecnología e Innovación, en esta zona se asignaron 43257 cupos, de los cuales 35934 cupos fueron aceptados.



Fuente: Extraído de la rendición de cuentas 2021 de la Senescyt.

La calidad del servicio ha sido analizada por otros autores en sectores como: hospitales públicos, transporte, entre otros; en donde Paredes y Santos (2022) estudiaron la calidad del servicio en hospitales públicos y la mayoría de los encuestados indicaron que la calidad del servicio

se encuentra en un nivel medio, producto a que la dimensión de tangibilidad no tuvo buenas ponderaciones porque los afiliados consideran que pese a contar con nueva infraestructura, nuevos equipos y personal altamente calificado, éstos no son gestionados de la mejor manera lo que ocasiona un mínimo aprovechamiento de los mismos. Y, por otro lado, la calidad en el sector del transporte privado tuvo un alto porcentaje negativo en la dimensión de la seguridad debido a los índices de delincuencia que azotan a la ciudad, lo que genera miedo y desconfianza al momento de requerir este servicio (Alejandro y Paredes, 2022). Dichos estudios motivan analizar la calidad de un servicio y más si se trata de uno de los sectores de mayor importancia, el sector educativo y para hacer un mejor análisis se lo debe sectorizar, dando origen a la propuesta del análisis de la calidad del servicio educativo en universidades, teniendo como interrogante principal, lo siguiente:

¿En qué medida la calidad del servicio educativo influye en la satisfacción de los estudiantes universitarios la ciudad de Guayaquil?

Se pretende exponer la relación que existe entre la calidad del servicio en las universidades y la satisfacción de los estudiantes en la ciudad de Guayaquil.

Con el propósito de que con los datos proporcionados las instituciones puedan tomar acciones correctivas que permitan mejorar la calidad de la educación superior, alineándose a los requerimientos de la sociedad basados en el conocimiento y la necesidad de las personas para mejorar su calidad de vida.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 La Calidad

La calidad ha sido un término que al pasar de los años tiene diferentes definiciones, ya que lo que hace 10 años atrás había podido definirse como un artículo de calidad hoy en día puede que no lo sea.

Tal como expresa Alcade San Miguel (2019) *“Se puede decir que la calidad es algo que va implícito en los genes de la humanidad; es la capacidad que tiene el ser humano de hacer bien las cosas”* (p. 2).

Al pasar de los años se han definido sistemas de calidad como las normas ISO o también los llamados modelos de gestión de calidad como un medio para generar un estándar homogéneo de calidad para las organizaciones y como dice Nava (2006, pág. 12) en su libro “Los sistemas de calidad han representado, en los últimos años, una herramienta para el mejoramiento de las organizaciones”, esto nace sobre todo porque la calidad siempre se da en base a las características, sensaciones y percepciones subjetivas que tiene el consumidor, las cuales siempre suelen ser diferentes de persona a persona.

En el sector educativo es importante el aseguramiento de la calidad, dentro de este aspecto podemos definir como calidad educativa a la excelencia en brindar servicios universitarios, administrativos y de infraestructura que cumplan con las normas educativas, encaminadas a la satisfacción de los estudiantes que hacen uso de los servicios ofertados para realizar su carrera universitaria.

El modelo Servqual de los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988, pág. 20), mencionan que, para medir la calidad, se deben considerar las siguientes dimensiones: Tangibilidad o elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

2.1.1 Elementos Tangibles

Los servicios educativos como tal, tienen la característica de ser intangibles, pero también están dotados de ciertos elementos tangibles que se definen como aquellos factores que se pueden tocar, ver y brinda características visibles; o como indica Botero (2006) “*se refiere a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados.*” (p. 219)

2.1.2 Fiabilidad

En la revista Análisis Turístico Santomá y Costa (2007, pág. 38) menciona a “la fiabilidad haciendo referencia al mantenimiento de las promesas y a la prestación de un servicio preciso y a tiempo”; entendiéndose como fiabilidad de los servicios universitarios a lo que se da como resultado de la percepción de los estudiantes en cuanto al cumplimiento, atención, tiempo de respuesta que reciban por parte de las personas que forman parte de la organización.

2.1.3 Capacidad de Respuesta

“La capacidad de respuesta involucra habilidades de identificación y aprovechamiento de las oportunidades que se manifiestan en el mercado y que son adheridas a las estrategias diseñadas por la organización” (Miles, Snow, Meyer y Coleman, 1978, pág. 546). En otras palabras, la capacidad de respuesta es la destreza que tienen los directivos de las universidades para dar soluciones óptimas a las inquietudes, requerimientos y/o reclamos de los estudiantes que forman parte de la institución educativa o los aspirantes, realizándolo de una manera eficiente y eficaz, optimizando recursos e involucrando a todo el personal e infraestructura que la conforma, dentro del tiempo oportuno.

2.1.4 Seguridad

“La seguridad es el sentimiento que tienen los clientes cuando saben que están en buenas manos. Son, sobretodo, la imagen y el nombre de la empresa lo que crea estas sensaciones en los clientes” (Lara, 2002, pág. 9).

Actualmente en el Ecuador tomando en consideración la inseguridad producto de la delincuencia que azota al país, el caso de sobornos en los cupos en las universidades estatales, se puede definir seguridad como la percepción de los estudiantes de educarse en un ambiente seguro tanto física, académica y administrativamente hablando, cumpliendo con las normativas establecidas de manera eficiente y transparente.

2.1.5 Empatía

Se define empatía como: “la dimensión que implica proporcionar a los clientes un servicio atento y personalizado en el sentido de accesibilidad, comunicación, trato, esmero, etc.” Aponcio (2000, pág. 71), Zeithaml, Bitner y Gremler (2009, pág. 39) indican que la empatía es una característica de la calidad del servicio, de hacer sentir al usuario que es especial, por el trato que se le brinda, siendo un elemento fundamental para una calificación positiva del servicio en general.

La empatía se define como la habilidad que tienen las universidades en brindar atención individualizada a los estudiantes que las conforman, esta dimensión se encuentra íntimamente relacionada con el punto anterior (seguridad) ya que de esto depende si los estudiantes sienten la

seguridad de ser escuchados y que la entidad cuenta con los recursos necesarios para su debida atención y respuesta a sus necesidades.

2.2 Satisfacción del cliente

“Desde el punto de vista del marketing, la satisfacción de las necesidades de los clientes es la clave de los intercambios entre empresas y mercado, y desde los orígenes del marketing, la satisfacción ha sido considerada como el factor determinante del éxito en los mercados” (Saura, Pérez, Contrí y González-Gallarda, 2005, pág. 53)

“La búsqueda de la satisfacción del cliente es uno de los aspectos de mayor crecimiento en la industria de la investigación de mercado. Los clientes satisfechos ofrecen a la empresa la promesa de aumento de los beneficios y reducción de los costos operativos” (Dutka, 1998, pág. 13).

“Así mismo, se analiza la satisfacción del cliente. Un cliente satisfecho es un cliente leal que está dispuesto a realizar comentarios positivos a otros clientes. Así pues, tanto la calidad de servicio como la satisfacción del cliente son críticas para entender la prosperidad de la organización” (Moliner, 2001, pág. 233).

Entonces, se tiene como satisfacción del cliente a la percepción positiva y personal del estudiante universitario con respecto a los servicios educativos, administrativos y de infraestructura de calidad, recibidos durante su ciclo universitario manifestados de forma verbal con las demás personas a su alrededor, creando así un marketing de persona a persona que favorece a la universidad.

La satisfacción del cliente analiza tres dimensiones que favorecen y se relacionan en a la calidad, que son: percepción del cliente, expectativas del cliente y niveles de satisfacción.

2.2.1 Percepción del cliente

“Los clientes no disponen de los medios necesarios para juzgar la calidad interna de sus servicios y, en consecuencia, por defecto, recurren a aquellas cosas en las cuales si se sienten en la capacidad para juzgar” (Cottle, 1990, pág. 179)

La percepción del cliente no es otra cosa que la sensación positiva o negativa que el estudiante tenga con respecto a la realidad que experimenta, por ejemplo, no sabrá cual habrá sido su avance en las investigaciones internacionales, pero si opinará acerca de cuán organizada se encuentra la biblioteca de la universidad y se sentirá a gusto para emitir una opinión con convicción acerca de ese servicio.

2.2.2 *Expectativas del cliente*

Las expectativas del cliente usualmente pueden ser irreales, inalcanzables o demasiado numerosas ya que al ser una dimensión de la satisfacción del cliente es también subjetiva; entonces las expectativas del cliente son aquellos intereses o anhelos que tiene el estudiante con respecto a la universidad a la que pertenece o espera pertenecer. También se define como lo que se espera recibir en base a las percepciones recibidas por parte de sus amigos, familiares, etc.

2.2.3 *Niveles de Satisfacción*

Los niveles de satisfacción son los grados de cumplimiento subjetivos con respecto a los servicios universitarios recibidos en relación a las expectativas de los mismos.

Como vemos de otro autor definido de la siguiente manera:

Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- ❖ **Insatisfacción:** se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- ❖ **Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- ❖ **Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente” (Hermoza, 2015, pág. 25).

3 MATERIALES Y MÉTODO

El trabajo de investigación fue de tipo cuantitativo, con un diseño no experimental, correlacional. Para el análisis de datos se utilizó el modelo SERVQUAL, que es un cuestionario con preguntas estandarizadas para la Medición de la Calidad del Servicio, herramienta desarrollada por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), que analiza cinco dimensiones de la calidad del servicio (elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y, empatía), contiene 22 declaraciones que intentan recolectar y medir a través de la escala significativa para calificar las respuestas, las expectativas de un excelente servicio y luego recolectar las percepciones sobre las mismas dimensiones de los servicios recibidos Ibarra y Espinoza (2014) valorado con una escala de Likert de cinco puntos; donde 1 (totalmente en desacuerdo) es considerado la calificación más baja y 5 (totalmente de acuerdo) la cual se considera calificación más alta.

La población sujeta a estudio, fueron el total de cupos asignados a Guayaquil, que es de 35934, para efectos de cálculo de la muestra, se estableció un error del 5%, un nivel de confianza de 1.96; dando como resulta un tamaño de muestra de 384 estudiantes.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 PQ}{e^2}$$
$$n = \frac{1.96_{\alpha}^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2}$$
$$n = 384$$

4 RESULTADOS

Se realizó una encuesta de 40 preguntas a estudiantes de diferentes universidades, teniendo como resultado 384 encuestas, los datos fueron procesados a través del software SPSS. Como se muestra en la tabla 1 de los 384 sujetos encuestados, la correlación de la varianza de las respuestas de los sujetos respecto a la varianza total de los ítems muestra un coeficiente de alfa de Cronbach de 0,978; es decir los datos son consistentes y muestra un grado de confiabilidad del 97,8%.

Tabla 1. Prueba de fiabilidad Alfa de Cronbach

ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,978	40

Fuente: Tabla elaborada por los autores a partir de los datos de la encuesta

Para comprobar la normalidad de la distribución de los datos, se elaboró la prueba Kolmogorov-Smirnov por ser $n > 50$, al tener un tamaño de muestra de 384 sujetos.

Tabla 2. Tabla de prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov.

	Estadístico	Gl	Sig.
TANGIBILIDAD	,249	384	,000
FIABILIDAD	,264	384	,000
CAPACIDAD DE RESPUESTA	,254	384	,000
SEGURIDAD	,276	384	,000
EMPATÍA	,279	384	,000

Fuente: Tabla elaborada por los autores a partir de los datos de la encuesta.

Con un nivel de significación del 5%, y un nivel de confianza correspondiente al 95% se plantea el siguiente sistema de hipótesis.

H₀: Los datos presentan una distribución normal $p \geq 0,05$.

H₁: Los datos no presentan una distribución normal $p < 0,05$.

Al analizar cada una de las distribuciones de los datos de las diferentes dimensiones se llega al mismo resultado según las hipótesis, se rechaza H₀, por lo que cada una de las dimensiones no presenta una distribución normal de los datos.

Tabla 3. Estadísticos descriptivos del *SERVQUAL* en estudiantes universitarios en Guayaquil.

DIMENSIONES	N	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	DESV. DESVIACIÓN
TANGIBILIDAD	384	1	5	3,94	0,93
FIABILIDAD	384	1	5	3,86	0,85
CAPACIDAD DE RESPUESTA	384	1	5	3,74	0,99
SEGURIDAD	384	1	5	3,77	0,90
EMPATÍA	384	1	5	3,80	0,85

Fuente: Tabla elaborada por los autores a partir de los datos de la encuesta.

En la tabla 3, se puede ver que la dimensión con la media más alta es Tangibilidad con un valor de 3.94. Esto indica que, en promedio, los estudiantes universitarios de la ciudad de Guayaquil están más satisfechos con los aspectos físicos del servicio. Por otro lado, la dimensión con la media más baja es Capacidad de respuesta con un valor de 3.74. Esto indica que, en promedio, los estudiantes universitarios están menos satisfechos con la disposición para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido.

Las desviaciones estándar muestran cuánto varían las respuestas de los estudiantes universitarios en cada dimensión. Una desviación estándar alta indica una mayor variabilidad en las respuestas mientras que una desviación estándar baja indica una menor variabilidad. En este caso, podemos ver que la dimensión con mayor variabilidad es Capacidad de respuesta con una desviación estándar de 0.99 mientras que la dimensión con menor variabilidad es Empatía con una desviación estándar de 0.85.

Tabla 4. *Correlación Dimensional Calidad del servicio educativo y Satisfacción de los estudiantes.*

DIMENSIONES	ESTADÍSTICO	CALIDAD FUNCIONAL	CALIDAD TÉCNICA	VALRO PERCIBIDO
TANGIBILIDAD	Correlación de Pearson	,795**	,661**	,682**
FIABILIDAD	Correlación de Pearson	,650**	,748**	,708**
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Correlación de Pearson	,625**	,661**	,824**
SEGURIDAD	Correlación de Pearson	,597**	,644**	,718**
EMPATÍA	Correlación de Pearson	,616**	,660**	,690**

** La relación es significativa en el nivel 0,01 (dos colas)

Fuente: Tabla elaborada por los autores a partir de los datos de la encuesta.

La tabla 4 muestra la correlación entre las diferentes dimensiones de la calidad del servicio educativo y la satisfacción de los estudiantes, utilizando el estadístico de correlación de Pearson. Los resultados indican que todas las dimensiones de calidad del servicio educativo están significativamente correlacionadas con la satisfacción de los estudiantes, lo que implica que una mejora en cualquiera de ellas podría aumentar el nivel de satisfacción. Las dimensiones más relevantes son la capacidad de respuesta con la percepción con un coeficiente de correlación 0,824, la tangibilidad (0,795) frente a la calidad funcional y la fiabilidad con la calidad técnica al tener una correlación positiva de 0,748, mientras que las menos relevantes son la seguridad y la percepción con una correlación de 0,718 y la empatía en comparación con la percepción con un coeficiente de correlación de Pearson de 0,690.

5 DISCUSIÓN

En otros estudios se ha encontrado una relación positiva entre la calidad del servicio en las universidades y la satisfacción de los estudiantes. Por ejemplo, Cahuana (2016), encontró que la calidad de los servicios de bienestar universitario tiene una relación positiva de 0.871 con la satisfacción de los alumnos. Además, la calidad de los servicios que brinda el área de investigación también tiene una relación positiva de 0.817 con la satisfacción de los alumnos. Esto sugiere que

tanto el bienestar universitario como el área de investigación son importantes para la satisfacción de los estudiantes.

Según el estudio de Paredes y Santos (2022), se encontró una relación positiva fuerte entre la seguridad y calidad con un valor de 0.799. También se encontró una relación positiva considerable entre las dimensiones de fiabilidad (0.788), capacidad de respuesta (0.740) y empatía (0.753) con la satisfacción del asegurado. Además, se estableció una correlación positiva media para las dimensiones de tangibilidad y confianza (0.582), tangibilidad y expectativas (0.566) y fiabilidad y expectativas (0.566). Estos resultados son similares a lo que se observa con los resultados encontrados en el presente trabajo de investigación, donde se ve una correlación significativa entre varias dimensiones y la percepción de los estudiantes en cuanto a la calidad del servicio y su satisfacción.

De acuerdo con Gonzales (2017), se encontró que el 79% de los estudiantes perciben la calidad del servicio como regular y el 75.8% se encuentran medianamente satisfechos con el servicio que reciben. Estos resultados sugieren que hay margen para mejorar en cuanto a la calidad del servicio y aumentar la satisfacción de los estudiantes.

En general, estos estudios muestran una relación positiva entre la calidad del servicio en las universidades y la satisfacción de los estudiantes, lo cual es consistente con los resultados del presente trabajo.

5.1 Limitación

Aunque el modelo SERVQUAL es una herramienta ampliamente utilizada para medir la calidad del servicio, también ha recibido críticas por su validez y fiabilidad. Algunos estudios han cuestionado si las cinco dimensiones del modelo son aplicables a todas las industrias y contextos culturales. Por ejemplo, Buttle (1996), señala que el modelo se basa en un paradigma de desconfirmación en lugar de un paradigma actitudinal y que no se apoya en teorías económicas, estadísticas y psicológicas establecidas. Al ser una herramienta que se emplea de manera generalizada no permite identificar los aspectos críticos dentro de cada institución.

5.2 Futuras líneas de investigación

Con base en las conclusiones y limitaciones que se discutieron anteriormente sobre el estudio que utilizó el modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio en universidades de Guayaquil, algunas posibles líneas de investigación futura podrían incluir:

- Investigar otros modelos o herramientas para medir la calidad del servicio en universidades. Dado que el modelo SERVQUAL ha sido objeto de críticas, podría ser útil explorar otros modelos o herramientas que puedan ser más adecuados para medir la calidad del servicio en este contexto.
- Realizar estudios en cada institución para obtener resultados más precisos y generalizables.

Estas son solo algunas posibles líneas de investigación futura que podrían ayudar a mejorar nuestra comprensión sobre cómo medir y mejorar la calidad del servicio en universidades.

6 CONCLUSIÓN

El objetivo del presente trabajo fue de exponer la relación que existe entre la calidad del servicio en las universidades y la satisfacción de los estudiantes en la ciudad de Guayaquil, se puede concluir lo siguiente:

En promedio, los estudiantes universitarios de la ciudad de Guayaquil están más satisfechos con los aspectos físicos del servicio (Tangibilidad) y menos satisfechos con la disposición para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido (Capacidad de respuesta). Además, se encontró una correlación significativa entre varias dimensiones relacionadas con la calidad del servicio y la percepción de los estudiantes. Por ejemplo, la dimensión de tangibilidad tiene una correlación alta con la calidad funcional (0.795), mientras que las dimensiones de fiabilidad (0.748), capacidad de respuesta (0.824), seguridad (0.718) y empatía (0.690) también muestran correlaciones significativas con diferentes aspectos relacionados con la percepción de los estudiantes. Estos resultados sugieren que existe una relación positiva entre diferentes dimensiones relacionadas con la calidad del servicio en las universidades y la satisfacción de los estudiantes en la ciudad de Guayaquil.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Alcade San Miguel, P. (2019). *Calidad. Fundamentos, herramientas y gestión de la calidad para pymes*. Madrid: Ediciones Paraninfo, SA.
- Alejandro Castro, M. de J., & Paredes Floril, P. (2022). Calidad del servicio de transporte y la decisión del traslado en tiempos de pandemia. "Apuntes De Economía Y Sociedad", 3(1), 46–56. <https://doi.org/10.5377/aes.v3i1.14605>
- Alén, M. E. (2006). Comparación de escalas para la medición de la calidad percibida en establecimientos termales. *Revista Galega de Economía*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39115202>
- Alvarez Ibarrola, J. M., Álvarez Gallego, I., & Bullón Caro, J. (2006). *Introducción a la calidad: aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad*. España: Ideas propias editorial.
- Aponcio, Z. E. G. (2000). El reto de la calidad del servicio financiero. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 6(1), 71-92. https://scholar.google.es/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=1QYfm1wAAA AJ&citation_for_view=1QYfm1wAAAAJ:qjMakFHDy7sC
- Armstrong, G., & Kotler, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Madrid: Pearson Education S. A. 11º edición.
- Atencio Cárdenas, E., & González Pertuz, B. (2007). Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia (EDILUZ). *Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), 172-186.
- Baez Palencia, D., Mariño Jiménez, J., León Castro, E., Reynier Ramírez, M., & Pinochet Sánchez, G. (2022). Operadores de promedio ponderado ordenado en las escalas SERVQUAL y SERVPERF. *Procedia Computer Science*, 456-460. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.07.061>

- Bodet, G. (2008). Customer satisfaction and loyalty in service: Two concepts, four constructs, several relationships. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 156-162. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2007.11.004>
- Bolton, R., & Drew, J. H. (1991a). A longitudinal analysis of the impact of service changes on customer attitudes. *Journal of Marketing*, 1-9. <https://doi.org/10.1177/002224299105500101>
- Botero, M. M. & Peña, P. (2006). Calidad en el servicio: El cliente incógnito. *Suma Psicológica*, 13(2), 217-228.
- Caldera Morillo, E., Pirela Morillo, J., & Ortega, E. (2011). Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 333-347. https://doi.org/10.5209/rev_DCIN.2011.v34.36462
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Education S. A.
- Choque Mamami, R. (2021). Calidad educativa y satisfacción del estudiante en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Adventista de Bolivia. *Revista Bolivariana de Educación*, 3(4), 09-20. doi:<https://revistarebe.org/index.php/rebe/article/view/285/852>
- Cottle, D. (1990). *El servicio centrado en el cliente*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos, SA.
- Dioses Lescano, N., Morales Huamán, H., Díaz de Angulo, D., & Vasquez. (2021). Nivel de satisfacción en la formación de calidad a nivel universitario. *Telos: revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 23(2), 247-266. doi:<http://www.doi.org/10.36390/telos232.04>
- Duque Oliva, E. J., & Gómez, Y. D. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio: Una mirada desde la educación superior. *Suma de Negocios*, 180-191. [https://doi.org/10.1016/S2215-910X\(14\)70040-0](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70040-0)
- Duque Oliva, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64-80.

- Dutka, A. (1998). *Manual de AMA para la satisfacción del cliente*. Barcelona: Granica.
- García Colina, F. J., Juárez Hernández, S. C., & Salgado García, L. (2018). Gestión escolar y calidad educativa. *Revista Cubana de Educación Superior*, 37(2), 206-216.
- Hermoza Muñoz, L. (2015). Estudio de la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa Gechisa de Sullana. Perú, Piura. <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/279>
- Ibarra, L., & Espinoza, B. (2014). Servqual, una propuesta metodológica para evaluar la percepción de la calidad. *Revista Iberoamericana de Ciencias*, 1(4), 107-120.
- Kotler, P., & Lane, K. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Miles, R., Snow, C., Meyer, A., & Coleman, H. (1978). Organizational Strategy, Structure, and Process. *The Academy of Management Review*, 546-552.
- Moliner Cantos, C. (2001). Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 233-235. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=231324550006>
- Murray, D., & Howat, G. (2002). The relationships among service quality, value, satisfaction, and future intentions of customers at an Australian sports and leisure centre. *Sport Management Review*, 25-43. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(02\)70060-0](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(02)70060-0)
- Nava Carbellido, V. M. (2006). *¿Qué es la calidad? Conceptos, gurú y modelos fundamentales*. México: Limusa.
- Numpaque Pacabaque, A., & Rocha Buelvas, A. (2016). Modelos SERVQUAL y SERVQHOS para la evaluación de calidad de los servicios de salud. *Revista de la Facultad de Medicina*. <https://doi.org/10.15446/revfacmed.v64n4.54839>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple - Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 20.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1993). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 41-50.

- Paredes Floril, P. R., & Santos Ortiz, E. D. (2022). Calidad del servicio y satisfacción en hospitales del sistema de seguridad social. *RAC: Revista Angolana de Ciencias*. e040110-e040110
- Peña, L. J. A., & Freitas, Z. M. (2017). Gobernanza y gestión de calidad en los centros de investigación universitarios. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (84), 471-503.
- Pineda, U., Estrada, M., & Parra, C. M. (2011). Aplicación del modelo Servqual y herramientas de investigación de la calidad para la planificación del servicio en la Biblioteca Central de la Universidad de Antioquia. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 243-255.
- Santomá, R., & Costa, G. (2007). Calidad de servicio en la industria hotelera. *Revista de Análisis Turístico*, 38. <http://hdl.handle.net/2072/358244>
- Saura, I. G., Pérez, M. S., Contrí, G. B., & & González-Gallarda, M. (2005). Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas. *Cuadernos de estudios empresariales*, (15), 47-72.
- Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación. (2022). *Rendición de Cuentas 2021*.
- Solórzano Barrera, G., & Aceves López, J. N. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *El Buzón de Pacioli - Instituto Tecnológico de Sonora. Revista del Departamento de Contaduría y Finanzas*
- Vera Inca, F. L. (2020). *Universidad César Vallejo*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/51899>
- Zeithaml, V., & Bitner, M. (2002). *The Nature and Determinant of customer expectation of Service*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2009). *Marketing de Servicios*. México: McGraw Hill.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1992). *Calidad Total en la gestión de servicios*. Díaz de Santos.