

# La calidad de los servicios educativos y la satisfacción del estudiante extranjero de la Universidad Peruana Unión

## The quality of the educational services and the satisfaction of the foreign student of the University Peruvian Union

Anália Regina Ferreira, Alexander de la Cruz

<sup>1</sup>Escuela Profesional Posgrado, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión

---

### INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

---

Historia del artículo  
Recibido: marzo de 2018  
Aceptado: julio de 2019

---

*Palabras clave:*  
Calidad de servicio, satisfacción,  
servicio al estudiante extranjero.

---

*Keywords:*  
Quality, service, correlation,  
satisfaction, foreign student.

---

### Resumen

---

El objetivo principal de esta investigación fue determinar el grado de correlación entre la calidad del servicio y el nivel de satisfacción, según la percepción de los estudiantes extranjeros de la Universidad Peruana Unión durante el periodo 2017. El tipo de investigación al que pertenece según el propósito, es básico; de acuerdo con la estrategia de investigación pertenece a las investigaciones no experimentales y con un diseño correlacional. Se utilizó la técnica de la encuesta. Para medir la variable calidad del servicio educativo además se empleó una adaptación del instrumento SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry. Ahora bien, para la variable satisfacción se usó el instrumento NPS de Reicheld. Participaron 117 extranjeros, según el muestreo no probabilístico estratificado. Se concluyó que el grado de correlación entre la calidad del servicio educativo y el nivel de satisfacción de los estudiantes extranjeros es fuerte y directamente proporcional mediante el coeficiente de Pearson  $r = 0.614$ , ( $p < 0.05$ ).

---

### Abstract

---

The main objective of this investigation was to determine the degree of correlation between the quality of the service and the level of satisfaction, according to the perception of the foreign students of the Universidad Peruana Unión during the 2017 period.

The type of research to which it belongs according to the purpose is basic; agree to the research strategy belongs to the non-experimental research and with a correlational design. Using the survey technique, bring your instrument for the questionnaire. For each variable, a questionnaire was developed in function to its indicators, for the variable quality of the educational service, was used an adaptation of the SERVQUAL instrument by Parasuraman, Zeithaml, and Berry, for the satisfaction variable, the Reicheld NPS instrument was used. The sample of the general study was constituted by 117 foreigners, according to the sampling probabilistic. The main conclusion to which is above is that the degree of correlation between the quality of the educational service and the level of satisfaction of the foreign students are a strong and direct type. These conclusions are based on the obtained coherence coefficients where  $r = 0.614$ , ( $p < 0.05$ ), which according to the Pearson assessment table, it means that the degree of correlation is a strong and direct type.

\* Autor de correspondencia: Anália Regina Ferreira; e-mail: [analiaferreira@upeu.edu.pe](mailto:analiaferreira@upeu.edu.pe)

## Introducción

Ante la necesidad de asegurar que un producto está preparado para entregar todo lo que se espera de él, sin defraudar las expectativas o interferir en el desarrollo de un proceso de lo cual es parte, emerge la exigencia de que muchos productos disponibles en el mercado no presentan los resultados deseados. Los consumidores insatisfechos dejan de consumir, buscan alternativas más convenientes, entonces surge la preocupación a propósito de la satisfacción del cliente. Es sabido que, calidad y satisfacción están relacionadas al consumo. Un producto de calidad, que corresponde a las expectativas del cliente, debe generar satisfacción. Parece bastante sencillo, pero las muchas investigaciones disponibles, indican la complejidad y relevancia del tema. (Mairineri, 1998) Citado por Muñoz, (2007).

Al respecto, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación (UNESCO), la Ciencia y la Cultura junto con el Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (Gazzola) declaran que no todo el mundo está invirtiendo en la calidad de la educación, más que durante las últimas tres décadas, más de la mitad de todos los países del mundo han creado mecanismos de aseguramiento de la calidad (Gazzola, 2018). Tal inversión es necesaria, sin embargo, no es suficiente para asegurar niveles mínimos de calidad. Generar conocimiento es esencial para el desarrollo y éxito de una nación al afrontar desafíos económicos, sociales, políticos y adaptarse a las mudanzas tecnológicas mundiales. El intercambio de conocimientos es relevante e interesante para la prosperidad de las naciones. La movilidad académica es una realidad mundial, y experimenta un crecimiento intenso desde el

año 2002. Actualmente, más de 4 millones de estudiantes se desplazan a países como Estados Unidos, Inglaterra, Francia, Australia, Alemania y otros. En Sudamérica, Brasil es el país que se concentra la mayor representatividad de estudiantes extranjeros. Estimase que la movilidad estudiantil deberá duplicar hasta 2020 (UNESCO, 2014).

Por su parte, la Ley Universitaria, Ley N° 30220, hace oficial la creación de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU). Este organismo público nace para proteger el derecho de los jóvenes a recibir una educación universitaria de calidad. La SUNEDU cumple con proyectos de gran envergadura y trascendencia para la educación universitaria, siempre bajo la consigna de llevar la calidad educativa superior a lo más alto.

En este sentido la Universidad Peruana Unión fue licenciada por el gobierno peruano, lo que prueba que cumple con los estándares nacionales de calidad exigidos en este proceso de evaluación.

También cuenta con carreras acreditadas por El Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa (SINEACE), y está avalada por la Asociación Acreditadora Adventista (AAA), La percepción de calidad de sus clientes nacionales según la investigación (De la Cruz, 2017).

Es de hacer notar que las instituciones educacionales de la Iglesia adventista del séptimo día, como lo es la Universidad Peruana Unión, son evaluadas por el gobierno local y también por la Asociación de Acreditación Adventista presente en 150 países. A lo largo de su existencia, la Universidad Peruana Unión siempre recibió estudiantes extranjeros, entretanto un aumento significativo resultó con la apertura

de la carrera de medicina humana en año 2012. Además, la Secretaría General de la UPeU demostró que la universidad tuvo 25 estudiantes extranjeros matriculados el año 2011 y aumentó el año 2017 a 178. Tal crecimiento podría considerarse un hecho anómalo. Son estudiantes de Alemania, Angola, Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, EEUU, El Salvador, España, Francia, Guatemala, Haití, Honduras, Italia, México, Panamá, Paraguay, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Es por eso que investigar la percepción de la calidad y la satisfacción de los estudiantes extranjeros de la UPeU es el objeto de estudio de la presente investigación. Conocer sus opiniones será relevante para que la universidad siga avanzando en sus procesos de internacionalización.

## Revisión de la literatura

### *Calidad de servicio*

La calidad de servicio se define como la diferencia entre el servicio experimentado y el esperado por los usuarios, también puede ser conceptualizado como la excelencia del servicio brindado. Reevese y Bednar (1994), Crosby (1988), Deming (1989), Zeithaml (1988) y Dale et al. (2007).

Según Alet (1994), citado por Droguett (2012), la calidad de servicio es la brecha de la evaluación que realizan los usuarios de lo que ellos esperaban recibir y lo que realmente han recibido. De esta manera, Cerezo (1996) citado por Redhead (2015), indica que el resultado será la minimización de la distancia entre las expectativas del cliente y la percepción posterior a su uso, es por ello que Fornell (1995) clarifica dicha definición diferenciándola

de la satisfacción afirmando que debe entenderse la calidad del servicio como una percepción actual del cliente sobre el rendimiento del servicio mientras que la satisfacción son resultados de experiencias pasadas, presentes y futuras, anticipadas al juicio del cliente en virtud a experiencias acumuladas.

Por otro lado, según Acosta & Pincay (2014) se puede conceptualizar la calidad de servicio como la perfección con la que se debe servir a los usuarios, entregando la mayor eficiencia y eficacia en cada requerimiento ya que de ello dependerá el funcionamiento de una empresa y su rentabilidad. Zeithaml (1988) citado por Losada & Rodríguez (2007), agrega que dicha perfección debe ser entendida como la superioridad o excelencia de dicho proceso de servicio hacia un cliente.

Finalmente se acuerda que la calidad del servicio se puede definir como el resultado de la expectativa previa de los usuarios que pueden ser influenciadas por diferentes factores, y la percepción en cuanto al performance recibido en cuanto al servicio del área.

### *Modelo Servqual*

Este modelo es capaz de medir la calidad de servicio de modo pleno por medio de las expectativas, este modelo surgió a través de muchas investigaciones a lo largo del tiempo ha sido objeto de innovaciones, por los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry, (1988)

Hernández (2011) entiende la escala Servqual como el juicio de un cliente acerca de la superioridad o excelencia total de una entidad. Relacionó la calidad con la actitud y la satisfacción. Blanco (2009) añade que la diferencia existente entre las expectativas del usuario externo

y la percepción sobre el servicio recibido constituye una medida de calidad de servicio.

#### *Modelo Servperf*

El modelo Servperf fue una adaptación de Cronin y Taylor (1992), es similar a la escala Servqual porque también considera las expectativas, sin embargo, es la escala que da prioridad a las percepciones (Duque, 2005).

Es justo mencionar que el modelo Servperf surge a raíz de las críticas realizadas por diversos autores al modelo Servqual, basadas en la escasa evidencia de la valoración de los usuarios sobre del servicio (Torre y Vásquez, 2015).

#### *Modelo EFQM (European Foundation for Quality Management)*

Este modelo consiste en la realización de un auto diagnóstico de la excelencia de la gestión del criterio que lo forman, los cuales permitirán detectar los posibles fallos y los puntos fuertes de la organización (Abad y Pincay, 2014). Además, señala que, si hubiese la necesidad de conocer las falencias en una organización, el modelo EFQM es el más eficiente para detectarlas, además plantea las posibles soluciones y se pone en marcha los procesos de mejora.

Por su parte, Castellon (2014), señala que el criterio está enfocado a los resultados en los clientes que los define como: “Qué logros está alcanzando la organización con relación a sus clientes externos”, es decir se enfoca en a los resultados que posee la organización frente a los usuarios externos, al ambiente externo y frente a la sociedad a nivel internacional, nacional y local. Todas estas evaluaciones permiten plantearse aspectos que se deben

revisar de manera especial para el establecimiento de nuevos planes de mejora para la organización.

#### *Modelo Cero Defectos*

El modelo cero defectos fue una implementado por Philip Crosby el año de 1979. Ese año el también empresario publico el libre denominado (Quality is free) La calidad no cuesta nada. El propuso un concepto objetivo que es resumido y recordado en las siguientes frases: Cero defectos y hacerlo bien a la primera. Baca et al., (2014). Ese año el también empresario publicó el libre denominado (Quality is free), la calidad no cuesta nada. Él propuso un concepto objetivo que es resumido y recordado en las siguientes frases: Cero defectos y hacerlo bien a la primera. Baca et al., (2014).

#### *Satisfacción del cliente*

A propósito de la satisfacción, se puede definir como un elemento indispensable para la empresa y, según Hernández (2011), es el resultado de complacer un deseo y, en consecuencia, se entiende como la acción de satisfacer una necesidad o un deseo. Así también, Alcañiz & Simó (2004) sustenta que la satisfacción es la necesidad de mejorar el estado afectivo del usuario durante el encuentro del servicio; así Retolaza & Grandes, (2003), citado por Arjona & Cebrian (2011), refiere que la satisfacción es definida como el resultado de la diferencia entre lo que esperaba que ocurriera (expectativa) y lo que el sujeto dice o siente haber obtenido, de ahí que es imprescindible dejar de relacionar la satisfacción con la capacidad de satisfacer las expectativas. Fornell (1995) afirma que la satisfacción se define como un deseo del usuario, sus necesidades y expectativas.

Definitivamente, la satisfacción también es asumida como un elemento de la competitividad empresarial interna que disponen las empresas para medir su performance (Toniut, 2013), es por eso que se convierte en uno de los recursos más importantes que dispone la empresa para mantener el éxito en un entorno competitivo (Moliner y Velázquez, 2004); para una organización es fundamental la satisfacción de sus usuarios porque gracias a ello existirá mayor notoriedad en comparación a sus competidores. Várela (1992) agrega que la satisfacción es la meta a donde toda organización desea y anhela llegar, debido a que es el elemento clave para la prosecución, desarrollo y mantenimiento de las buenas relaciones comerciales y que siempre contribuye a mejorar el bienestar individual de los consumidores. Maté, Fernández y Campos, (2001) realizaron un estudio que evaluó y corrigió los servicios que no se adecúan a las necesidades del cliente para brindarle satisfacción del servicio.

#### *Modelo KANO*

El modelo Kano, de acuerdo a Gelvez (2010), ayuda a obtener un profundo conocimiento de la satisfacción del cliente, así mismo resalta que éste modelo no se limita su aplicación solamente a productos, ya que tiene alcance a servicios, procesos de negocio e incluso a software.

Ahora bien, de acuerdo con Pascual (2009), el método Kano mide la relación entre la funcionalidad de los productos y la satisfacción que dicha funcionalidad brinda a los usuarios, asimismo detalla que dicha funcionalidad es una medida del grado en el cual un producto logra cumplir con sus propósitos.

#### *Modelo de análisis importancia desempeño IPA*

Según Gelvez (2010) el IPA es un modelo que permite desarrollar un análisis respecto a la satisfacción y la importancia que algunos aspectos del servicio tienen para los clientes. El análisis de la importancia-desempeño es un método de evaluación, considerada una herramienta básica para brindar una idea sobre cómo varía la satisfacción del usuario según la importancia que le asignan a uno u otro aspecto sobre el servicio que brindan.

#### *Modelo Musa*

Es un modelo el cual mide y analiza la satisfacción del usuario frente a cualquier servicio prestado. También considera la evaluación de la satisfacción del usuario desde el análisis de desglose de preferencias. Y sigue un principio básico que es de análisis de regresión ordinal, y los usa los datos de la encuesta de satisfacción. (Gelvez, 2010), citado por Grigoroudis, 2003).

Además, Carrero y Amayo (2012), aseveran que el modelo de satisfacción multicriterio permite medir y analizar la satisfacción del usuario, considerando la naturaleza cualitativa de las preferencias de los usuarios respecto al servicio.

#### *Modelo cognitivo – afectivo de la satisfacción del usuario*

Este modelo se centra en las emociones y como están relacionadas con la satisfacción del usuario, en este sentido la integración de variables de índole cognitivo y afectivo permite establecer una estructura conceptual, es decir la disconfirmación y emociones legadas ser factores de índole predictivo. Salvador y Moliner, (2008).

### *Modelo Net Promoter Score*

Tal, es un enfoque del servicio al usuario que tiene como objetivo encontrar quiénes son los clientes promotores, es decir los que promueven el servicio y los que están dispuestos a hacer publicidad del servicio gratuitamente (Castro 2008).

### **Materiales y métodos**

De acuerdo con el objetivo de la investigación, corresponde a una investigación cuantitativa. Las derivaciones de estas pesquisas son conocimientos que recrean, amplían o incrementan los conocimientos sobre las variables de investigación. En primer lugar, se determinó la calidad del servicio educativo que brinda la Universidad Peruana Unión, según la percepción de los estudiantes internacionales, en segundo lugar, el nivel de satisfacción de los estudiantes internacionales en relación con el servicio educativo recibido. Luego se acopiaron los datos por separado estableciéndose el grado de relación existente, entre las dos variables.

Es un diseño no experimental experimental porque recoge los datos sin modificar las condiciones de estudio ni manipular alguna de las variables de estudio. Este es el caso de la presente investigación en la que no se manipulara ninguna variable. Es de tipo correlacional múltiple debido a que describe entre sus 2 variables y contrasta la relación entre sus componentes.

### *Participantes*

Delimitación geográfica. La investigación se realizó en la Universidad Peruana Unión Delimitación Temporal: Se llevó a cabo la recolección en el año académico 2016. Población – muestral: La población de investigación está constituida por 167 estudiantes internacionales, distribuidos

en las diferentes escuelas académicas profesionales que brinda la UPEU en su sede principal (Lima).

### *Instrumentos*

Con este propósito se utilizó un cuestionario para cada variable. Respecto de la primera variable (calidad del servicio) se aplicó el instrumento SERVQUAL adaptado a la investigación con 22 reactivos y 5 dimensiones (Ver Anexo 1), siendo cada ítem correspondiente a cada indicador previsto. Para la segunda variable (nivel de satisfacción), se adoptó el instrumento NPS con 1 reactivo y tres dimensiones (Ver Anexo 2) Se obtuvo un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.96, el cual indica que este instrumento es fiable para poblaciones similares.

### *Análisis de datos*

Para el análisis descriptivo se utilizó el análisis de estadística descriptiva, cuantitativa y tablas de frecuencia y porcentaje, para el análisis de correlación se usó el coeficiente R de Pearson para hallar las relaciones que se presentan en las hipótesis.

### **Resultados**

Se presentan a continuación los resultados de datos clasificados y organizados con sus respectivas Tablas y Figuras para el análisis, posterior interpretación y discusión tomando en cuenta los objetivos e hipótesis de investigación.

### *Perfil del estudiante extranjero*

La Tabla 1, la cual describe el estado civil, muestra que el 94% son solteros y el 6 % son casados, totalizando el 100% de la muestra. Luego de calificarse la pregunta según su ponderación se determinó los siguientes resultados:

**Tabla 1**  
*Estado civil*

	Resultados	Frecuencia	Porcentaje
Estado Civil	Soltero(a)	110	94,0%
	Casado(a)	7	6,0%
	Total	117	100,0%

La Tabla 2 que describe el lugar de residencia, muestra que el 40,2% viven en las residencias de la universidad y el 59,8 % viven afuera del campus universitario.

**Tabla 2**  
*Residencia dentro del campus de la UPeU*

	Resultados	Frecuencia	Porcentaje
¿Vive en una de las residencias de la UPeU?	Sí	47	40,2%
	No	70	59,8%
	Total	117	100,0%

A Propósito de la información contenida en la Tabla 3 se describe la edad de 117 estudiantes extranjeros, muestra que el 87,2% tiene entre 16 y 25 años, 11.1% tienen entre 26 y 35 años y 1,7% entre 36 y 48 años. Se destaca que la mayor frecuencia (102) de los estudiantes extranjeros tiene edad entre 16 y 25 años.

**Tabla 3**  
*Edad del encuestado.*

	Resultados	Frecuencia	Porcentaje
Edad	16-25	102	87,2%
	26-35	13	11,1%
	36-48	2	1,7%
	Total	117	100,0%

Ahora bien, en la Tabla 4 se describe la carrera profesional, muestra además que el 45,3% de los estudiantes extranjeros estudian la carrera de medicina, siendo actualmente la carrera de la UPeU con más demandada por estudiantes extranjeros, seguida por la carrera de Teología con 10,3% de estudiantes extranjeros y ciencias de la comunicación con 8.5% de los estudiantes extranjeros. Las demás carreras tienen menor representatividad en los resultados.

**Tabla 4**  
*Carrera Profesional*

Carrera	Frecuencia	Porcentaje
Adm y Neg Int	2	1,7%
Arquitectura	7	6,0%
Comunicación	10	8,5%
Contabilidad y Ges Trib	1	0,9%
Educación	2	1,7%
Enfermería	8	6,8%
Ing. Alimentos	1	0,9%
Ing. Ambiental	7	6,0%
Ing. civil	4	3,4%
Medicina	53	45,3%
Nutrición humana	2	1,7%
Psicología	8	6,8%
Teología	12	10,3%
Total	117	100,0%

La información contentiva en la Tabla 5 describe la nacionalidad, muestra que el 32% de los estudiantes extranjeros proviene de Brasil, de igual forma el 32 % pro-

viene de Ecuador, 9.7 % de procedencia colombiana y un 6.8 % de procedencia venezolana todo esto conformando el mayor porcentaje.

**Tabla 5**  
*Nacionalidad*

Nacionalidad	Frecuencia	Porcentaje
Bolivia	12	7,8%
Brasil	33	32,0%
Chile	6	1,9%
Colombia	10	9,7%
Ecuador	33	32,0%
España	2	1,9%
Guatemala	2	1,0%
México	5	1,0%
Panamá	7	4,9%
Venezuela	7	6,8%
Total	117	100,0%

En relación con la religión en la Tabla 6 se muestra que el 97.4% de los estudiantes extranjeros profesan la religión adventista, no obstante, el 1% es católico, segui-

do de un 0,9 % que practica la religión evangélica y por último un 0,9% que pertenecen a otra religión.

**Tabla 6**  
*Filiación religiosa*

	Resultados	Frecuencia	Porcentaje
Religión	Católico	1	1,0%
	Adventista	114	97,4%
	Evangélico	1	0,9%
	Otro	1	0,9%
	Total	117	100,0%

Ahora bien, la Tabla 7 describe la solvencia económica, muestra que el 79,5% de los estudiantes extranjeros reciben la ayuda de familiares para solventar los estudios, asimismo el 11,1% son colportor-

tores seguido de un 6,0 % son estudiantes de alto sostén y por último un 3,4% que manifiestan tener beca para solventar los estudios.

**Tabla 7**  
*Solvencia económica*

	Resultados	Frecuencia	Porcentaje
¿Cómo solventa los estudios?	Familia	93	79,5%
	Beca	4	3,4%
	Colportaje	13	11,1%
	Auto Sostén	7	6,0%
	Total	117	100,0%

En correspondencia con la calidad de servicio La Tabla 8 contiene información valiosa sobre la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Administración y Negocios Internacionales, evidenciando

que el 100% de los estudiantes extranjeros en cantidad 2 alumnos perciben una buena calidad de la Universidad Peruana Unión.

**Tabla 8**  
*Calidad de Servicio según la percepción los estudiantes de la EP de Administración*

	Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje
	Pésima	0	0.0%
	Deficiente	0	0.0%
	Regular	0	0.0%
	Buena	2	100.0%
	Excelente	0	0.0%
	<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100.0%</b>

La Tabla 9 corresponde a calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Contabilidad y Gestión Tributaria, muestra que el 100%

de los estudiantes extranjeros en cantidad 1 alumno percibe una buena calidad de la Universidad Peruana Unión.

**Tabla 9**

*Calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Contabilidad y Gestión Tributaria.*

Contabilidad y Gestión Tributaria		
Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	0	0.0%
Deficiente	0	0.0%
Regular	0	0.0%
Buena	0	0.0%
Excelente	1	100.0%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100.0%</b>

La Tabla 10 corresponde a calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Arquitectura, esta muestra que el 71.4% de los estudi-

antes extranjeros perciben una buena calidad mientras que el 28,6 % perciben una calidad de servicio excelente que brinda la Universidad Peruana Unión.

**Tabla 10**

*Calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Arquitectura*

Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	0	0.0%
Deficiente	0	0.0%
Regular	0	0.0%
Buena	5	71.4%
Excelente	2	28.6%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.0%</b>

La Tabla 11 corresponde a calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Ingeniería civil, esta muestra que el 75% de los estudian-

tes extranjeros perciben una buena calidad mientras que el 25 % perciben una calidad de servicio excelente que brinda la universidad peruana unión.

**Tabla 11**

*Calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Ingeniería Civil*

Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	0	0.0%
Deficiente	0	0.0%
Regular	0	0.0%

Buena	3	75.0%
Excelente	1	25.0%
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100.0%</b>

La Tabla 12 corresponde a calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Ingeniería de alimentos, esta muestra que el 100% de

los estudiantes extranjeros perciben una buena calidad que brinda la Universidad Peruana Unión.

**Tabla 12**

*Calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Ingeniería Alimentos*

Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	0	0.0%
Deficiente	0	0.0%
Regular	0	0.0%
Buena	1	100.0%
Excelente	0	0.0%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100.0%</b>

La Tabla 13 concierne a la calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Ingeniería ambiental, esta muestra que el 14.3% de los estudiantes extranjeros perciben una

calidad regular mientras que el 42.9 % perciben una buena calidad y el 42.9 % percibe una calidad excelente que brinda la Universidad Peruana Unión.

**Tabla 13**

*Calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Ingeniería Ambiental*

Calidad de servicio	Frecuencia	porcentaje
Pésima	0	0.0%
Deficiente	0	0.0%
Regular	1	14.3%
Buena	3	42.9%
Excelente	3	42.9%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.0%</b>

La Tabla 14 corresponde a calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Teología, esta muestra que el 8.3% de los estudiantes extranjeros perciben una calidad regu-

lar mientras que el 25 % perciben una buena calidad y el 66,7% percibe una calidad excelente que brinda la Universidad Peruana Unión.

**Tabla 14***Calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Teología*

Teología		
Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	0	0.0%
Deficiente	0	0.0%
Regular	1	8.3%
Buena	3	25.0%
Excelente	8	66.7%
<b>Total</b>	12	100.0%

La Tabla 15 concierne a calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Ciencia de la comunicación, esta muestra que el 50% de los

estudiantes extranjeros perciben una buena calidad mientras que el 50 % perciben una calidad de servicio excelente que brinda la Universidad Peruana Unión.

**Tabla 15***Calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Ciencias de la Comunicación*

Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	0	0.0%
Deficiente	0	0.0%
Regular	0	0.0%
Buena	5	50.0%
Excelente	5	50.0%
<b>Total</b>	10	100.0%

La Tabla 16 corresponde a calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Educación física, esta muestra que el 50% de los estudian-

tes extranjeros perciben una buena calidad mientras que el 50 % perciben una calidad de servicio excelente que brinda la Universidad Peruana Unión.

**Tabla 16***Calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Educación Física*

Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	0	0.0%
Deficiente	0	0.0%
Regular	0	0.0%
Buena	1	50.0%
Excelente	1	50.0%
<b>Total</b>	2	100.0%

La Tabla 17 corresponde a calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Educación física, esta muestra que el 25% de los es-

tudiantes extranjeros perciben una buena calidad mientras que el 75 % perciben una calidad de servicio excelente que brinda la Universidad Peruana Unión.

**Tabla 17**

*Calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Enfermería*

Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	0	0.0%
Deficiente	0	0.0%
Regular	0	0.0%
Buena	2	25.0%
Excelente	6	75.0%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100.0%</b>

La Tabla 18 corresponde a calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Medicina, esta muestra que el 1,9% de los estudiantes extranjeros perciben una pésima calidad, el 1,9 % percibe una deficiente calidad, el

26,4 % percibe una calidad regular, el 45,3% percibe una calidad excelente, mientras que el 24,5 % perciben una calidad de servicio excelente que brinda la Universidad Peruana Unión.

**Tabla 18**

*Calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Medicina*

Medicina		
Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	1	1.9%
Deficiente	1	1.9%
Regular	14	26.4%
Buena	24	45.3%
Excelente	13	24.5%
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>100.0%</b>

La Tabla 19 corresponde a calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Nutrición humana, esta muestra que el 50% de los estudiantes

extranjeros perciben una buena calidad mientras que el 50 % perciben una calidad de servicio excelente que brinda la Universidad Peruana Unión.

**Tabla 19***Calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Nutrición Humana*

Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	0	0.0%
Deficiente	0	0.0%
Regular	0	0.0%
Buena	1	50.0%
Excelente	1	50.0%
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100.0%</b>

La Tabla 20 corresponde a calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Psicología, esta muestra que el 12,5 % percibe una deficiente calidad, el 12,5% percibe una

calidad regular, el 25% percibe una calidad excelente, mientras que el 50 % perciben una calidad de servicio excelente que brinda la Universidad Peruana Unión.

**Tabla 20***Calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros de la EP. Psicología*

Calidad de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	0	0.0%
Deficiente	1	12.5%
Regular	1	12.5%
Buena	2	25.0%
Excelente	4	50.0%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100.0%</b>

La Tabla 21 corresponde a la calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros. Esta cantidad se distribuye según sus percepciones en 1 estudiante (0,9%) que considera que los servicios brindados por la universidad son

pésimos, 2 estudiantes (1,7 %) que es deficiente; 17 estudiantes (14,5%). que es regular, 52 estudiantes (44,4%) que es bueno y 45 estudiantes (38,5) que es excelente.

**Tabla 21***Calidad de servicio según la percepción de los estudiantes extranjeros*

Calidad de servicio	Frecuencia(f)	Porcentaje (%)
Pésima	1	0,9%
Deficiente	2	1,7%
Regular	17	14,5%
Buena	52	44,4%
Excelente	45	38,5%
<b>Total</b>	<b>117</b>	<b>100,0%</b>

La Tabla 22 muestra la percepción de calidad de servicio según sus dimensiones e indicadores. Se trabajó con promedios para obtener la presente información, de los cuales podemos resaltar que las dimensiones que más influyen en que la calidad sea calificada como buena son: Elementos tangibles (3,9), seguridad (3,8),

empatía (3,6) y capacidad de respuesta (3,5). Factores que dentro del contexto son beneficiosos para la institución, pero una de las dimensiones que es la fiabilidad es donde se debe trabajar ya que tiene un promedio de 3,3 el más bajo en comparación con las otras dimensiones.

**Tabla 22**

*Percepción de calidad de servicio según sus dimensiones e indicadores*

Dimensiones	Promedio
Elementos tangibles	3,9
Confiabilidad	3,3
capacidad de respuesta	3,5
Seguridad	3,8
Empatía	3,6

La Tabla 23 muestra la correlación entre la variable calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Se obtuvo un  $r = 0,614$ , mediante el coeficiente de Pearson, indicando que la significa que el grado de correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudian-

tes extranjeros es positiva moderada y de tipo directo, con un  $p$  valor = ,000 ( $p < 0.05$ ), es decir en cuanto a mayor percepción de la calidad mayor será la experiencia de satisfacción en los estudiantes extranjeros.

**Tabla 23**

*Asociación entre calidad de servicio y satisfacción*

Variables	Satisfacción del cliente	
	R de Pearson	P Valor
Calidad de servicio	0,614	,000 <sup>c</sup>

117

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01(bilateral)

Finalmente, la Tabla 24 muestra la correlación entre las dimensiones de la variable calidad de servicio y la satisfacción del cliente. La relación entre elementos tangibles y la satisfacción del cliente tuvo un R de Pearson de 0.537, lo que indica una relación positiva y directa con un  $p$  valor de ( $p < 0.05$ ). La relación entre confiabilidad y la satisfacción del cliente tuvo un R

de Pearson de 0.471, lo que indica una relación positiva y directa con un  $p$  valor de 0.000 ( $p < 0.05$ ). La relación entre capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente tuvo un R de Pearson de 0.480, lo que indica una relación positiva y directa con un  $p$  valor de 0.000 ( $p < 0.05$ ). El cuarto resultado encontrado es La relación entre seguridad y la satisfacción del cliente tuvo

que tiene un resultado de R de Pearson de 0.616, lo que indica una relación positiva y directa con un p valor de 0.000 ( $p < 0.05$ ). Y, por último, la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente tuvo un R de Pearson de 0.578, lo que indica una relación positiva y directa con un p va-

lor de 0.000 ( $p < 0.05$ ). En conclusión, la dimensión que tiene mayor relación es la seguridad que sienten los estudiantes y eso les da mayor satisfacción, seguido de la empatía, luego los elementos tangibles, la capacidad de respuesta y, finalmente, la confiabilidad.

**Tabla 24**

*Correlación entre las dimensiones de calidad de servicio y satisfacción*

Dimensión	R de Pearson	P valor
Elementos tangibles	0,537	,000
Confiabilidad	0,471	,000
Capacidad de respuesta	0,480	,000
Seguridad	0,616	,000
Empatía	0,578	,000

### Conclusión

A partir de los resultados obtenidos en la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

- Existe relación directa y estadísticamente significativa ( $r=0.614$ ,  $p$  valor= $0,000$ ) entre la calidad de los servicios educativos y la satisfacción del estudiante extranjero 2017.
- Existe relación directa y estadísticamente significativa ( $r=0.537$ ,  $p$  valor= $0,000$ ) entre los elementos tangibles y la satisfacción del estudiante extranjero 2017. Lo que significa que, en la relación entre el nivel de calidad de los elementos tangibles, que tiene que ver con todas las cosas que tiene la universidad y son coherentes con el servicio ofrecido como son ambientes de estudio, la biblioteca, materiales, la apariencia del personal de contacto, etc. Y la satisfacción de los estudiantes extranjeros son muy importantes considerando las diferentes carreras de la sede Lima 2017.
- Existe relación directa y estadísticamente significativa ( $r=0.471$ ,  $p$  valor= $0,000$ ) entre la confiabilidad y la satisfacción del estudiante extranjero 2017. Lo que significa que la relación entre el nivel de calidad de la confiabilidad, que tiene que ver con la consistencia y la fiabilidad del desempeño de los servicios brindados por la universidad como por ejemplo si cumple con sus promesas, presenta facturas exactas a sus clientes, lleva registros precisos y si desempeña el servicio correctamente desde la primera vez, etc. Para los estudiantes extranjeros la confiabilidad es la más importante de las cinco dimensiones en consecuen-

cia si la universidad no brinda un servicio confiable puede traer como resultado un sentimiento de insatisfacción en sus estudiantes extranjeros y en general.

- Existe relación directa y significativa ( $r=0.480$ ,  $p$  valor= $0,000$ ) entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del estudiante extranjero 2017. Esta dimensión se relaciona al compromiso que tiene la universidad para brindar sus servicios a la hora señalada y a la voluntad o disposición de sus empleados a prestar este servicio. Es muy importante hacer énfasis en esta dimensión ya que es aquí donde se genera lo que llamamos el momento de la verdad, es donde el estudiante tiene contacto con el prestador del servicio lo que puede resultar como el inicio de una experiencia satisfactoria o, todo lo contrario.

- Existe relación directa y significativa ( $r=0.616$ ,  $p$  valor= $0,000$ ) entre la seguridad y la satisfacción del estudiante extranjero 2017.

La seguridad tiene que ver con las competencias que tiene la empresa al brindar el servicio, la cortesía con los estudiantes y la seguridad de sus operaciones.

- Existe relación directa y significativa ( $r=0.578$ ,  $p$  valor= $0,000$ ) entre la empatía y la satisfacción del estudiante extranjero 2017.

La empatía es la capacidad que tiene la empresa para colocarse en el lugar del estudiante, de no olvidar lo que se siente ser estudiante y entender las necesidades de estos y procuran que sus servicios sean accesibles brindando horarios adecuados, actividades convenientes, atención personalizada etc.

## Referencias

- Alet. (2000). Marketing directo integrado: Como crear y fidelizar clientes creciendo con rentabilidad. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Fernández, F. (2003). Fidelización... Un paso más allá de la retención. Madrid: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. &. (2002). Marketing de Servicios 2a Edición. Mc Graw Hill.
- Rodríguez, M., Retamal, M., Lizana, J. y Cornejo, F. (2011). Clima y satisfacción laboral como predictores del desempeño: en una organización estatal chilena. *Salud & Sociedad*, 2(2), 219-234. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3899629.pdf>
- Sánchez, M. Sánchez, P., Sánchez, F. y Cruz, M. (2014). Características organizacionales de la satisfacción laboral en España. *Revista de Administração de Empresas*, 54(5), 537-547.