

# **CAPÍTULO I**

## **INTRODUCCIÓN**

## **1.1 ANTECEDENTES**

### **1.1.1. A nivel Internacional**

En el contexto latinoamericano según Mejías, Valle y Vega (2013), el objetivo de su investigación fue identificar los factores que determinan la calidad de los servicios académicos en instituciones universitarias, a partir de tres estudios de casos en el contexto latinoamericano (Venezuela, México y Chile). Se usó el modelo de encuesta SERVQUALing, donde se identificaron las dimensiones que conforman la calidad de los servicios, según las percepciones de los estudiantes, destacándose la Seguridad, la Capacidad de Respuesta y la Empatía, como elementos clave y comunes, que dio como resultado la confirmación del carácter dinámico y multidimensional de la calidad de los servicios académicos.

Según Basantes (2017) en su trabajo de investigación realizado en Ecuador, mencionó el problema de las necesidades de los estudiantes y las exigencias de los estándares de acreditación en la Universidad Nacional de Chimborazo, el cual proponía la aplicación del modelo de ServQual Académico para el sector educativo a nivel universitario. En el cual se concluyó que la aplicación del modelo ServQual Académico enfocado en la Calidad de los Servicios Educativos era efectiva e influyente en la satisfacción de los estudiantes de las carreras profesionales de la universidad, por lo que se recomendó su aplicación.

De igual forma, Castillo (2018) en Lima, determinó la relación de la calidad de los servicios con la satisfacción de los usuarios externos en un Centro de Rehabilitación de Sustancias Psicoactivas del Hospital Hermilio Valdizán. Para ello hizo uso del Modelo ServQual, el cual tuvo como resultado una relación positiva y significativa, demostrando que existe un nivel de satisfacción aceptable, y un nivel de aspectos tangibles que mejorarían al incrementar la señalización del servicio en el Centro de Rehabilitación y al introducir modificaciones en la gestión de citas, por consiguiente, mejorar la capacidad de respuesta.

Según Estela (2022), en su trabajo de investigación para mejorar la calidad del servicio de la empresa JCY ingenieros S.A.C. en Chiclayo, se planteó como objetivo general proponer estrategias de marketing que permitieran mejorar la calidad de servicio de dicha empresa. Se identificó el nivel de insatisfacción en las dimensiones: confiabilidad con un 65.38% medio,

seguridad con un 82.69% bajo y empatía con un 67.31% bajo y con un resultado medio de 63.46% en estrategia de marketing. Se concluyó que el aplicar estrategias de marketing en la organización contribuía positivamente en la calidad de servicio al cliente, trayendo mejoras en su buena atención, imagen corporativa, crecimiento en el mercado y mejorando la situación económica de la empresa.

En el trabajo de Grijalba et al. (2021), mencionan un problema esencial, referido a la administración universitaria y el desinterés por la mejora de la calidad del servicio a los usuarios. Su objetivo general fue “evaluar la calidad de servicio que brinda el personal administrativo de una institución universitaria desde la perspectiva de los estudiantes”. Basándose en el Modelo ServQual, los resultados señalaron que los estudiantes percibían una baja calidad de servicios del personal administrativo de la institución, tanto a nivel general como en sus dimensiones. Por tanto, se concluyó que la percepción de los usuarios sobre los factores de calidad de servicio, influye en la satisfacción de los estudiantes, y sobre todo en la reputación de la institución.

Asimismo, Quesada (2019) empleó una adaptación del cuestionario del modelo ServQual para valorar la satisfacción del estudiantado respecto a la calidad del servicio administrativo brindado en la Escuela de Química de la Universidad de Costa Rica. En el que se identificó una brecha importante entre la percepción del estudiantado sobre la calidad del servicio y la expectativa que se tenía de él. Las dimensiones fueron correlacionadas con características sociodemográficas y se encontraron asociaciones con la edad y avance en la carrera del estudiantado.

Por otro lado, Bejarano et al. (2021), analizaron el nivel de percepción de los estudiantes sobre la calidad del servicio en los centros universitarios. Utilizaron el instrumento de medición el SERVQUALing, el cual fue adaptado, modificado y validado. Se encontró que el nivel de percepción era aceptable con tendencia a ser buena sobre la calidad del servicio que presta la universidad. La calidad del servicio universitario se vio reflejada en el aspecto físico, la modernización y el equipamiento, precisando que el personal administrativo debía capacitarse mejor para brindar una adecuada atención al usuario.

### 1.1.2. A nivel Nacional

Basado en planteamientos que anteceden, a nivel nacional se han realizado varias investigaciones, como la sostenida por Matsumoto (2014) en su trabajo “Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio” realizado en la empresa de publicidad “Ayuda Experto” en Cochabamba, utilizando la herramienta de evaluación denominada Servqual, donde se evaluó las dimensiones objeto de la investigación, con resultados concretos acerca del estado de la calidad del servicio en la empresa; siendo de mayor percepción las dimensiones de habilidad, sensibilidad y seguridad por lo que se recomendó establecer estrategias de mejora para esas dimensiones.

Asimismo, en su trabajo Bedregal et al. (2016) se propusieron levantar datos estandarizados sobre la calidad de centros infantiles en Bolivia, en particular en los departamentos de Chuquisaca y Potosí, debido a que existía una escasez de datos sobre la cobertura y/o calidad de los servicios en el país. El objetivo era la implementación de un modelo de desarrollo infantil, mejorando el acceso y la calidad de la atención de los niños/as, en el cual los resultados mostraron un gran espacio que hay para mejorar en la calidad, tanto en estructura como también en aquellos aspectos de procesos que el instrumento considera en su dimensión de interacción con los niños.

Por su parte Bustillos (2017) en Sucre, estudió las percepciones de los titulados del Tecnológico Boliviano Alemán, con el fin de determinar el grado de satisfacción en los graduados. Se realizó la medición general de las 6 dimensiones, que dieron como resultado una media de 2,45 determinando que existía una insatisfacción de los graduados por los servicios educativos que brinda el TECBA. Para ello recomendaron ajustar la malla curricular en beneficio de los estudiantes y realizar un análisis profundo sobre la satisfacción del empleador con el propósito de mejorar la capacidad de respuesta y la calidad de los procesos.

De igual forma, Mamani (2021) menciona que la calidad educativa en la educación superior es una temática de gran interés para las universidades y para el Estado de Bolivia. Así lo plasma en su trabajo de investigación cuyo propósito fue determinar el nivel de calidad académica a través de la satisfacción de los estudiantes de la Universidad Adventista de Bolivia en Cochabamba. Donde su instrumento de recolección fue un cuestionario adaptado y estructurado con respuestas tipo escala de Likert. En conclusión, se pudo hallar aspectos

relevantes en los factores y características que contribuían con la calidad educativa, ubicándose en el nivel tres de calidad, dando como resultado que la calidad es razonable con respecto al modelo considerado como deseable.

### **1.1.3. A nivel Local**

A nivel local, Figueroa y Morales (2022) aplicaron el Modelo SERVQUAL para la Calidad de Servicio del Diplomado en Teoría y Práctica Pedagógica Universitaria Versión 44 de la SEC de la UAJMS. Su objetivo principal fue analizar los factores internos y externos que influyen en la calidad del servicio del programa con modalidad virtual. Se concluyó que existía una insatisfacción de acuerdo al nivel de satisfacción deseado del 70%, en las dimensiones de empatía, capacidad de respuesta y seguridad relacionados con el horario de atención, orientación al estudiante, resolución de dudas, simplicidad y actualización de la información del postgrado. Para el cual, se propusieron una serie de estrategias con el propósito de brindar un servicio eficiente y eficaz en el Diplomado de la UAJMS.

Por otro lado, Fernández (2019) en su trabajo de investigación propone Estrategias Integradoras para mejorar el servicio de Transporte en la Provincia Cercado – Tarija. Asimismo, emplea el Modelo Servqual, como instrumento de medición de calidad. Que, como resultado, encontraron varias deficiencias en el servicio de transporte y disconformidad por parte de los usuarios que hacen uso del mismo. Por lo que, se propuso una serie de estrategias enfocadas a la mejora de la calidad del servicio de transporte público de micros.

Asimismo, Alemán y Romero (2018) realizaron un estudio con el objetivo de “conocer la satisfacción de los usuarios” sobre el servicio eléctrico de la ciudad de Tarija y hacer un seguimiento de la misma. Entre las técnicas empleadas para levantamiento de información se realizó las encuestas de opinión a los usuarios de los servicios. Los cuales fueron útiles para introducir mejoras en el servicio. Como resultado la empresa SETAR, decidió implementar Encuestas de Satisfacción de los servicios a los usuarios de la ciudad de Tarija y de esta forma mantener un seguimiento de control de calidad.

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

### **1.2.1. Justificación Científica**

La presente investigación se justifica científicamente, debido a que se realiza con bases teóricas de sustento, con el propósito de aportar al conocimiento ya existente del modelo SERVQUAL, el cual permitirá conocer y analizar la percepción de los estudiantes y titulados de la FCEF sobre la calidad del servicio académico – administrativo de la UNADA durante la gestión 2023.

### **1.2.2. Justificación Práctica**

La presente investigación se justifica en la práctica, debido a que la finalidad de la aplicación del Modelo Servqual como instrumento para determinar la calidad del servicio académico – administrativo de la FCEF, permitirá afianzar las actividades realizadas o tomar medidas correctivas enfocadas hacia la mejora continua.

### **1.2.3. Justificación Social**

La investigación es beneficio social porque proporcionará información relevante con respecto a las percepciones de la calidad del servicio académico – administrativo de la UNADA, lo que permitirá contar un antecedente de investigación que beneficie a los estudiantes e investigadores que deseen hacer uso referencial de este estudio para futuros proyectos.

## **1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.3.1. Identificación del Problema**

La universidad cumple un rol importante dentro de nuestra sociedad, por lo cual se ve sometida a una evaluación del servicio que oferta bajo los parámetros de la calidad, hoy más que nunca por el efecto que trae la globalización, donde las mejores universidades han visto por conveniente expandir sus servicios, lo que genera un cambio radical del concepto de hacer universidad (Vera, 2017). En este sentido, se ha visto necesario evaluar el desempeño de los servicios universitarios a nivel nacional y departamental, con el fin de analizar si se cuentan o no con centros de educación superior de calidad en un mercado tan competitivo.

De esta forma, varios autores han desarrollado modelos que permitan medir la calidad de los servicios. Uno de ellos es el modelo SERVQUAL que sirve para medir y mejorar, a través de la expectativas y percepciones de los clientes, la calidad de servicio que les brindan las empresas.

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio, a través de cinco dimensiones (tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía). Es decir, empleando esta herramienta se puede estimar lo que el cliente percibe del servicio.

En efecto, la calidad del servicio académico – administrativo que brindan las instituciones de educación superior se refleja en la satisfacción y conformidad de los diversos actores que influyen en el proceso. Como ser las universidades públicas, donde se puede destacar que los estudiantes no son los únicos clientes, pues también influyen las familias, las empresas, el gobierno y la sociedad en general. Por lo cual, las instituciones son conscientes de que los estudiantes son el grupo a satisfacer en primer lugar.

En este contexto, la FCEF de la UAJMS cuenta con una autoevaluación y acreditación de sus tres carreras, en el que se contemplan algunos aspectos como compromiso de mejora que tienen que ver con los servicios académicos – administrativos en el que se promueve la búsqueda de excelencia académica en la totalidad de sus procesos; pero, no constituyen el fuerte de la evaluación. Sin embargo, el cliente directo solo conforma una parte en la evaluación y la interpretación de los resultados no se hace únicamente desde la perspectiva del estudiante o como es el caso de los titulados.

Así también, la UNADA de la FCEF, es constituida como una oficina mediadora entre el cumplimiento de la normativa vigente y las expectativas de los estudiantes, depende del Vicedecano y está encargada de apoyar en las diversas instancias institucionales de la Facultad. Dentro de los servicios académicos – administrativos de los que se encarga la UNADA, se observa que actúan otras unidades que influyen en el procedimiento que se debe seguir para ejecutar cada trámite. Como ser: la Vicedecanatura, Directores de Departamento, Caja y principalmente el estudiante que llega a ser de diferente índole.

En cuanto a los servicios universitarios, es difícil hacer una segregación de los diferentes servicios que emplean estos, pues todos se encuentran entrelazados y aportan a la satisfacción global. Como se menciona anteriormente, existe todo un complejo proceso emocional y psicológico que van a determinar una percepción positiva o negativa del servicio. Por lo cual, cualquier falla o retraso en el proceso del servicio afecta notablemente la calidad del mismo.

La crisis del COVID-19, permitió que las UNADAS de las diferentes Facultades, se adapten al cambio e implementen estrategias y mecanismos para estandarizar los procedimientos de los trámites académicos administrativos. El cual dio como resultado el desarrollo del “Manual de Procedimientos de trámites académicos – UNADA” que fue elaborado en el 2019 y aprobado mediante R.R. N°39/2020. Que para darlo a conocer a las demás personas se lo adjuntó a la Página web de la FCEF, donde cualquier usuario pueda identificar de manera sencilla, los responsables y el procedimiento que se debe seguir para ejecutar cada trámite.

Sin embargo, tras su publicación varios usuarios desconocen la existencia de dicho manual, como también la sección de trámites en la página web de la FCEF, donde se indica detalladamente los trámites académicos administrativos.

Por lo tanto, surgen las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los estándares de calidad con los que cuenta la FCEF de la UAJMS?, ¿Cuál es la percepción de los estudiantes y titulados sobre la calidad de los servicios académicos administrativos que realiza la UNADA de la FCEF?, ¿Qué factores influyen en los estudiantes y titulados para determinar la calidad de los servicios que realiza la UNADA de la FCEF?

### **1.3.2. Definición del Problema**

El presente trabajo identifica como problema de mayor relevancia que afecta al servicio diario de trámites académicos administrativos que se realiza en la UNADA de la FCEF, lo siguiente:

- Las fallas y/o retrasos en el procedimiento de los diferentes trámites académicos administrativos que realiza la UNADA, perjudican el proceso de trámites de los estudiantes y titulados al momento de adquirir el servicio.

- La institución no realiza una evaluación e interpretación de los servicios académicos administrativos desde la perspectiva de los estudiantes y titulados como usuarios directos de estos servicios.
- Existe un desconocimiento por parte de la población estudiantil sobre el Manual de Procedimientos de trámites académicos de la UNADA, como también la sección de trámites en la página web de la FCEF.

### **1.3.3. Formulación del Problema**

¿Qué herramienta se debe aplicar para conocer y analizar la percepción de los estudiantes y titulados de la FCEF sobre la calidad del servicio académico – administrativo de la UNADA durante la gestión 2023?

## **1.4. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS**

La hipótesis planteada para la presente investigación es la siguiente:

H: La aplicación del Modelo SERVQUAL permitirá conocer y analizar la percepción de los estudiantes y titulados de la FCEF sobre la calidad del servicio académico – administrativo de la UNADA durante la gestión 2023.

### **1.4.1. Variable Independiente**

**Modelo SERVQUAL:** el Modelo de calidad de servicio Servqual, propuesto por Parasuraman, Zethaml y Berry, cuyo propósito de evaluación de la calidad de los servicios contempla cinco dimensiones: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (Quesada, 2019).

### **1.4.2. Variable Dependiente**

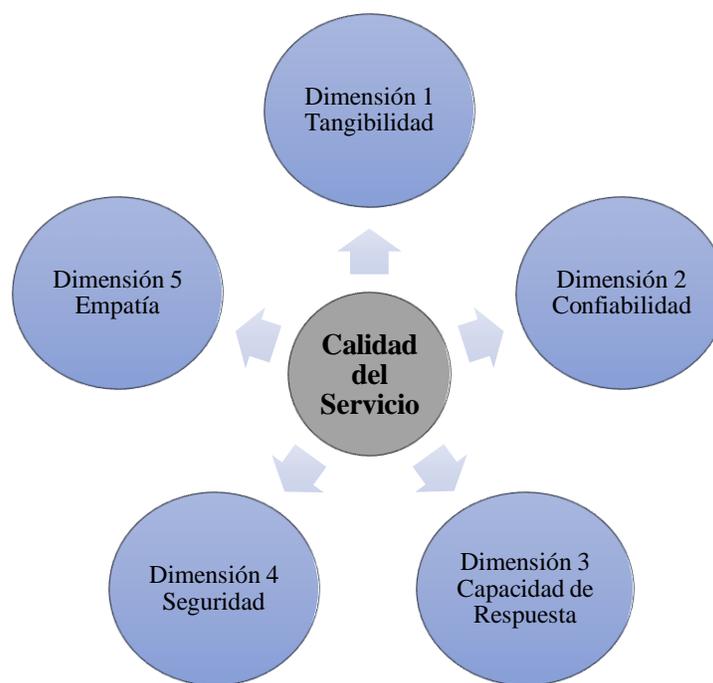
**Calidad del Servicio:** Parasumarn et al. (1988), citado por Castillo (2018), define a la calidad del servicio como la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre éste se habían formado previamente. Es así, que el concepto hace referencia a una calidad percibida, es decir, subjetiva que va más allá de los atributos del producto (Quesada, 2019).

### 1.4.3. Operacionalización de las variables

Para realizar la operacionalización de variables es necesario estudiar los conceptos de manera detallada (Ver Anexo 1). A continuación, la figura 1 muestra las características generales de las variables en cuestión:

**Figura N°1 Operacionalización de las variables**

*Modelo Servqual de la Calidad de Servicio*



Fuente: Elaboración propia en base a Mejías et al. (2013).

## 1.5. OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN

### 1.5.1. Objetivo General

Conocer y analizar la percepción de los estudiantes y titulados respecto a la calidad del servicio académico – administrativo de la UNADA en la FCEF durante la gestión 2023.

### 1.5.2. Objetivos Específicos

- Encontrar información científica y relevante para la calidad del servicio por medio de una revisión sistemática de la literatura.

- Identificar los factores que influyen en el proceso de los servicios de trámites académicos de la UNADA de la FCEF mediante un diagnóstico situacional.
- Aplicar el Modelo Servqual para conocer la percepción de los estudiantes y titulados de la FCEF sobre la calidad del servicio académico – administrativo.
- Identificar qué aspectos son de mayor percepción negativa por los usuarios respecto al servicio académico administrativo para realizar las recomendaciones oportunas.

## **1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.6.1. Tipos de Investigación o estudio**

El presente trabajo corresponde a una investigación de enfoque cuantitativo. Su alcance es de tipo exploratorio – descriptivo:

Es exploratorio debido a que se realiza cuando el objetivo consiste en examinar un tema novedoso o poco estudiado, realizando una exploración del tema (Hernández et al., 2016).

Y descriptivo, porque se busca especificar y describir las propiedades, las características y los perfiles importantes de las personas, grupos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, además de que se formulan hipótesis para pronosticar un hecho (Hernández et al, 2016).

### **1.6.2. Métodos o técnicas**

La investigación utilizará las siguientes técnicas descritas por Urréa et al. (2022):

- **Observación.**

La observación es el proceso de conocimiento de la realidad actual, mediante el contacto directo a través de los sentidos del sujeto cognoscente y el objeto o fenómeno por conocer.

- **Encuesta**

El cuestionario según es una modalidad de la técnica de la encuesta, consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas, que están relacionadas a la hipótesis de trabajo y

por ende a las variables e indicadores de investigación. Su finalidad es recopilar información para verificar las hipótesis de trabajo.

- **Escala de actitudes y opiniones**

Las escalas de actitud y de opiniones son instrumentos de medición que a diferencia de los cuestionarios requieren de estandarización y una preparación más cuidadosa, pues son una técnica fundamental en la investigación social que incita al individuo a reaccionar de una manera característica, frente a determinadas personas, objetos o situaciones. En el presente trabajo para la medición de actitudes y opiniones se hará uso de la escala de Likert.

- **Recopilación documental**

En el transcurso de la investigación es preciso ampliar una rápida labor bibliográfica de búsqueda, recaudación y proceso de información que permita aclarar, entender y expresar con claridad la dificultad en el estudio, para posteriormente plantear la mejor elección para una solución.

### **1.6.3. Diseño de Investigación**

El presente estudio se adapta al diseño de investigación no experimental, pues no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes sin la manipulación de las variables para luego analizarlas (Hernández et al, 2016).

### **1.6.4. Población, Muestra y Muestreo**

#### **1.6.4.1. Población**

De acuerdo a Condori (2020), población es “el conjunto de elementos (personas, objetos, programas, sistemas, sucesos, base de datos, etc.) accesibles o unidad de análisis que pertenecen al ámbito especial donde se desarrolla el estudio”. Lo que se refiere al total de personas que estarán sujetas a la investigación.

En el presente trabajo se tiene como unidad de análisis a una población de 3599 estudiantes y titulados de la FCEF de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho (UAJMS).

#### **1.6.4.2. Muestra**

De acuerdo a Bernal (2016), la muestra es “la parte de la población que se selecciona y de la que se obtiene información para la investigación”. En el presente trabajo se tiene como unidad de análisis a los estudiantes matriculados-programados y titulados en la gestión 2023 de la FCEF de la UAJMS.

#### **1.6.4.3. Muestreo**

El estudio se realizó basado en el tipo de muestreo probabilístico – estratificado, debido a que se considera que algunas variables pueden influir en los resultados. Por esta razón y para una mejor interpretación de los resultados se divide a la muestra en dos subgrupos: estudiantes y titulados.

#### **1.6.5. Fuentes de información**

Las técnicas y los instrumentos de recolección de datos son las encargadas de obtener la información del problema que se investiga, entre estas técnicas se encuentran: la observación, la lectura, la encuesta, la entrevista, para luego someterse a un proceso de análisis de sus contenidos. Los instrumentos son los medios de recolección, entre estos se encuentran: fichas, cuestionario, guías de entrevista, grabadoras, filmadoras, cámaras fotográficas (Urréa et al., 2022).

Para el presente trabajo las fuentes de información serán de carácter primario y secundario:

- Primario, debido a que se recolectará la información a través de la observación y la encuesta.
- Secundario, debido a que se recopilará información documental a partir de tesis, proyectos de investigación, monografías, artículos científicos y libros.

## **1.7. DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. Geográfica**

La presente investigación se realizará en la UNADA de la FCEF de la UAJMS, que se encuentra en la provincia de Cercado de la ciudad de Tarija.

### **1.7.2. Teórica**

La presente investigación se delimitará a temas de interés que aborden la calidad, el servicio, la calidad en el servicio, sistema de prestación de servicio y el modelo SERVQUAL; que será recabada a partir de tesis, proyectos de investigación, monografías, artículos científicos y libros, que se recopilarán a través del banco de tesis, de la biblioteca y de la página de la FCEF.

### **1.7.3. Temporal**

La investigación tendrá un límite temporal que se ubicará en gestión 2023.

# **CAPÍTULO II**

## **MARCO CONCEPTUAL**

## 2.1. La calidad

Según el gurú de la calidad Deming (1986), citado en Vera (2017): “La calidad solo puede estar definida en términos del cliente.” Es decir, es el cliente quien determina los parámetros de la calidad de un servicio desde su perspectiva.

El concepto de calidad ha sido definido por varios autores y desde diferentes perspectivas, como se puede ver a continuación:

**Cuadro N°1 Definición de Calidad**

<b>AUTOR</b>	<b>AÑO</b>	<b>DEFINICION DE CALIDAD</b>
Juran	1974	Introdujo una definición ampliamente utilizada de la calidad, la aptitud para el uso, que describió como el grado en que un producto sirve con éxito a los propósitos del usuario.
Tuchman	1980	Sostiene que la calidad significa la inversión de la mejor habilidad y el esfuerzo posible para producir los mejores y más admirables resultados posibles
Drucker	1990	La calidad de un servicio es lo que el usuario obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar
Crosby	1996	Determinó que la calidad es el cumplimiento de normas y requerimientos precisos.

Fuente: Adaptado a partir de Reeves y Bednar (1994), Crosby (1988), Deming (1989), Zeithaml (1988) y Dale et al. (2007).

Por otro lado, el concepto de calidad según Garvín (1988) menciona cronológicamente varias etapas que se complementan mutuamente; la primera es la etapa de inspección, la cual es garantizar que dicho bien o servicio cumpla con los estándares establecidos. La segunda, el control estadístico de la calidad. La tercera, es el aseguramiento de la calidad y finalmente, la calidad como estrategia competitiva, se enfatiza en el mercado, en la necesidad de los clientes y moviliza a la organización para desarrollar, mantener y mejorar la calidad (Duque Oliva y Diosa Gómez, 2014).

Asimismo, la ISO 9001:2000 citado por Quimi (2019), define a la calidad como la “capacidad o aptitud de un producto o servicio para satisfacer las necesidades y expectativas

del cliente. Cualquier producto o servicio que cumpla con los requisitos del cliente en los términos con él acordados es un producto o servicio de calidad”. En este sentido, se entiende como calidad al cumplimiento de los requerimientos que el cliente establece desde un inicio para satisfacer sus necesidades.

## **2.2.Servicio**

Según Lamb, Hair y McDaniel (2002), “el servicio es el resultado de la aplicación de una suma de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente.”

Kotler, Bloom y Hayes (2005), definen un servicio como “una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico.”

Por otro lado, según (Thompson, 2006), “Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos”, por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

### **2.2.1. Características de los servicios**

Según Parasuraman et al. (1985), citado por Vera (2017) establece que “los servicios poseen tres características esenciales: Intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad:

#### **a. Intangibilidad**

Es la cualidad de los servicios por la que no es fácil contarlos, medirlos, inventariarlos, y verificarlos o probarlos antes de entregarlos al cliente para asegurar su calidad. Cabe mencionar que este tipo de característica no es percibida por el cliente antes de consumir el servicio.

#### **b. Heterogeneidad o Inconsistencia**

La mayoría de los servicios, especialmente aquellos con gran contenido de trabajo humano, son heterogéneos, esto quiere decir que a menudo su desempeño varía de proveedor a proveedor, de cliente a cliente y de tiempo a tiempo, así como las combinaciones entre estos. A menudo es difícil asegurar la consistencia del comportamiento de un servicio personal, porque lo que las organizaciones intentan entregar puede ser totalmente diferente a lo que el cliente espera recibir.

### **c. Inseparabilidad**

La producción y el consumo de la mayoría de los servicios regularmente es inseparable. Por lo cual, la calidad corresponde a la interacción entre el cliente y el personal de la empresa que hace contacto con éste. Donde el nivel de servicio depende del control de la empresa sobre el servicio de su personal y la implicación del cliente en el proceso del servicio.”

#### **2.2.2. Elementos de los servicios**

En la búsqueda de mejoras en el servicio para satisfacer al cliente, Eiglier y Langeard (1989) introducen el término de servucción, el cual hace referencia a dos conceptos: servicio y producción, en su libro “**Servucción: el marketing de servicios**” en 1987. En el que, se expresa el proceso y los elementos que conforman los servicios, tomando en cuenta **al cliente como parte integrante de este proceso** y consumidor del servicio.

Eiglier y Langeard (1989), citado en Gonzáles y Estévez (2021), desarrollaron un sistema para la prestación de un servicio de calidad, el cual implica la organización de una serie de elementos: cliente, soporte físico, personal de contacto, servicio, sistema de organización interna y demás clientes.

##### **1. Cliente / Usuario**

El cliente es la parte indispensable para una empresa, porque sin su existencia no hay potencial en el servicio. Por lo tanto, como consumidor del servicio se constituye en el elemento principal que hace referencia al usuario. El usuario es aquel quien consume el servicio, el cual está relacionado directamente con el proceso del mismo. (Eiglier y Langeard,1989).

En este sentido, la UNADA de la FCEF interactúa entre las tres carreras (Economía Contaduría Pública y Administración de Empresas), atendiendo trámites de procesos de administración académica y otros que requieran los usuarios, como ser: estudiantes, docentes, titulados y personas externas a la universidad que requieran de estos servicios.

## **2. Soporte físico**

Se trata de toda la infraestructura que forma parte del proceso del servicio, ya sea usado por quien presta el servicio o por quien lo recibe (Eiglier y Langeard, 1989). En el caso de la institución, se refiere a todo el equipamiento con el que cuenta la FCEF para brindar sus servicios de trámites académicos, por ejemplo, las oficinas, computadoras, impresoras, sistemas de internet, página web, aplicaciones informáticas, documentos, etc.

## **3. Personal de contacto**

Se compone por todas las personas que entran en contacto directo con los clientes al momento de prestar el servicio, tanto en los diferentes procesos que pueden hacer parte del servicio o de los distintos servicios que brinda una organización. Este elemento se convierte en el corazón de la empresa, por lo que su capacitación y correcta selección puede ser vital para el desempeño de la organización.

Dentro de la institución en el área de los servicios de trámites académicos, se puede apreciar como personal de contacto, a todos los individuos que tienen un contacto directo o indirecto con los usuarios, como ser: Autoridades Facultativas, Jefes de Departamento, Jefes de las diferentes unidades, personal administrativo, secretarios, auxiliares, pasantes, etc.

## **4. Servicio**

El servicio está compuesto por los demás departamentos y personas que apoyan la prestación del mismo, si quien realiza los pedidos o compras no hace su trabajo eficientemente, los demás departamentos tendrían problemas para desempeñarse, lo que generaría un problema en la prestación.

En este sentido, las actividades académicas y administrativas que realiza la UNADA de la FCEF, se encuentra en coordinación con otras unidades organizacionales como el

Vicerrectorado, Vicedecanatura, Dpto. de Administración de Empresas, UNADEF, Caja, DTIC y principalmente el usuario (docente o estudiante).

### **5. Sistema de organización interna**

Representa la parte no visible al cliente y todas las acciones de operación del servicio y aparte de las funciones administrativas tradicionales de la empresa. (Eiglier y Langeard, 1989).

De acuerdo, al cumplimiento de Art. 170 del Estatuto Orgánico de la Universidad se publica el Manual de Procedimientos de Trámites Académicos – UNADA, documento que contiene los diferentes procedimientos administrativos que se realiza en coordinación con otras unidades (FCEF, 2022), el cual, se encuentra fundamentado en la Normativa vigente de la UAJMS (Manual de Procedimientos de Trámites Académicos, 2019). Con el propósito de estandarizar y definir los procedimientos para su correcta identificación, ejecución y cumplimiento.

### **6. Demás clientes o usuarios**

Representa el manejo de múltiples clientes o usuarios y sus interacciones, por ejemplo, como es en el caso de los servicios académicos administrativos el manejo de filas, organización para los puestos de espera o simplemente tiempo por usuario. De igual forma, dentro de este elemento del sistema de prestación de servicios se debe considerar el factor ambiente para el usuario y su comodidad.

#### **2.2.3. Medición de los servicios**

Vera (2017), menciona que “lo que no se mide, no se gestiona”, haciendo referencia a la medición de un servicio que se mide en función a elementos cualitativos, como ser la experiencia o percepción comparada por el usuario.

Es así que los investigadores Zeithaml et al. (2001), citado por Vera (2017), descubrieron que los consumidores toman en cuenta cinco dimensiones para valorar la calidad y lo representaron de la misma forma en que los clientes organizan mentalmente la información sobre la calidad del servicio:

- **“Confianza.** Capacidad para desempeñar el servicio que se promete de manera segura y precisa.

- **Responsabilidad.** Disponibilidad para ayudar a los clientes y para promover el servicio con prontitud.
- **Seguridad.** El conocimiento de la cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar buena fe y confianza
- **Empatía.** Brindar a los clientes atención individualizada y cuidadosa.
- **Tangibles.** La apariencia de las instalaciones físicas, el equipo el personal y los materiales escritos. Estas dimensiones representan la forma en que los clientes organizan mentalmente la información sobre la calidad del servicio.”

### 2.3. Calidad de Servicio

Parasuraman et al. (1998) Consideran que la calidad de servicio no es nada más que “la diferencia entre las percepciones reales de los clientes sobre el servicio actual y las expectativas que tienen sobre el servicio esperado” (Díaz de la Cruz, 2020). Lo que permite convertirse en un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo para las empresas.

Sin duda, como establecen Vargas y Aldana (2006), citado en Mejías et al. (2013), la clave para el logro de la calidad en el servicio, implica atender los procesos desde su conceptualización hasta su aseguramiento y garantía, logrando que realmente satisfagan a los usuarios, no solo en sus necesidades sino en sus deseos y expectativas que ellos tienen dentro del contexto de la eficacia, consiguiendo que los clientes no solamente sean leales a la organización sino también, comenten su satisfacción con las personas con las cuales se relacionan diariamente.

Quesada (2019), menciona que: “la calidad del servicio está relacionada con una percepción del desempeño. Este es el fundamento de la catalogación del servicio con base en las expectativas del cliente sobre un intangible que no puede ser valorado previamente.” Dentro de este contexto, el concepto hace referencia a una calidad percibida que, por tanto, es subjetiva y va más allá de los atributos del producto.

## **2.4. Percepción de la calidad**

Según Camistón et al. (2006), citado por Tumino y Poitevin (2013), la percepción del cliente se forma desde múltiples ámbitos y experiencias. “La calidad es lo que el cliente dice a partir de su percepción”. Sin embargo, esta forma de entender y utilizar la calidad puede traer consigo una amplia interpretación, como lo menciona Grönroos (1984) la percepción del cliente deja de lado el desempeño en lo referente a servicios, de modo que la mirada solo se enfoca al final del proceso (Prieto y Tarazona, 2019). Tiene además componentes subjetivos pues cada cliente espera atributos particulares y esta es una de las formas utilizadas para evaluar la calidad.

Asimismo, Vera (2017), define la percepción de la calidad como una alineación que debe ser inseparable, entre la experiencia junto con las posibilidades económicas sociales y culturales hace que la persona pueda fijar sus aspiraciones y/o expectativas, y la decisión de lograrlas como una parte de proceso de voluntad, esta solo se logra con el ejercicio práctico llamada percepción.

Para Figueroa y Morales (2022), “la calidad percibida se valora como alta o baja en el marco de una comparación, respecto de la excelencia o superioridad relativas de los bienes y/o servicios que el consumidor ve como sustitutos.” En este sentido, los consumidores comparan desde un punto subjetivo la excelencia o superioridad de un bien o servicio respecto a los sustitutos.

### **2.4.1. Percepción**

Según psicólogos de la Clínica Kahlo (2019), la percepción no es una mera suma de estímulos que llegan a nuestros receptores sensoriales, sino que cada individuo organiza la información recibida, según sus deseos, necesidades y experiencias. Es decir, que el cerebro transforma de forma casi instantánea los mensajes sensoriales en percepciones conscientes.

De acuerdo con Alonso (2021), la percepción “es el proceso cognitivo que nos permite interpretar nuestro entorno a través los estímulos que captamos mediante los órganos sensoriales.”

### **2.4.2. La calidad y el Servicio Percibido**

Para entender el grado de relación de estos tres conceptos, como son: la calidad, el servicio y la percepción. Zeithaml (2001) citado por Vera (2017), nos indica que los clientes perciben los servicios en términos de su calidad y del grado en el que se encuentran satisfechos.

Cuando nos referimos a las percepciones del cliente, se asume que las dimensiones del servicio y las formas en que el cliente evalúa el servicio son semejantes, independientemente si es un cliente interno o externo a la organización.

### **2.5. Evaluación de la calidad**

De acuerdo con De la Orden A. (2009), en educación los conceptos asociados: calidad y evaluación, son utilizados como la clave del arco de lo social y profesionalmente correcto y, quizá también, como expresión de lo más deseable. Se relaciona de la siguiente forma:

- la calidad (lo mejor) exige evaluación y
- la evaluación se justifica como garantía de calidad.

En este sentido, existe una estrecha relación de los conceptos de evaluación y calidad, pues, la calidad requiere ser evaluada y la evaluación no es más que la seguridad de la calidad.

#### **2.5.1. Evaluación de la calidad universitaria**

Duque y Gómez (2014), sostienen que las universidades se ven enfrentadas al sistema de evaluación de la calidad por parte de los estudiantes, de ahí que buscan garantizar la eficacia de la variedad de servicios que ofrecen en las distintas áreas. El fundamento para este tipo de instituciones, como proveedoras de servicios, es satisfacer las necesidades de sus clientes: los alumnos.

En este sentido, Duque y Chaparro (2012), citado por Duque y Gómez (2014) consideran que una evaluación de la calidad de la educación que no tuviera en cuenta la percepción del estudiante y la midiera sin él, sería desconocer el rol que este puede tener como juez supremo que es, al consumir los servicios que ofrecen las universidades.

De acuerdo, con Ceballos, Rojas, Cuba, Medina y Velazco (2021), “la calidad del servicio educativo se mide por el grado de aprobación y satisfacción que los estudiantes o usuarios

experimentan con el servicio que se les brinda, pero además también se considera importante la característica física de la universidad, el recurso humano, el factor ambiente de estudio y el servicio esencial facilitado por las actividades administrativas.”

En otras palabras, se debe considerar todo el ambiente interno y externo que constituye el espacio físico donde se presta el servicio, tomando en cuenta todos los elementos tangibles con los que se cuenta a disposición.

Por otro lado, Szodo y Gutiérrez (2005) citado por Tumino y Poitevin (2013) determinaron tres factores de calidad, entre otros: calidad en la metodología, calidad en el servicio y calidad en la gestión.

Entre las más resaltantes, destacan la calidad en el servicio, la cual analiza dos ambientes uno interno y otro externo. Para que el servicio final al cliente sea de calidad sin fallos, el servicio interno tiene que estar exento de errores. La no calidad en el servicio interno se arregla fijando las funciones y responsabilidades de una manera clara y creando dinámicas de grupos de mejora, donde los clientes internos puedan expresar sus necesidades y expectativas, a partir de los cuales se acuerden estrategias que ayuden a mantener el buen clima organizacional y a lograr los objetivos medidos por la satisfacción de los clientes externos.

En otras palabras, como bien mencionan Tumino y Poitevin si los servicios no son de calidad, deterioran el clima y los resultados institucionales.

### **2.5.2. Modelo de la Evaluación de la Calidad**

Si el propósito es la calidad total, Panera Mendieta (2010), citado por Tumino y Poitevin (2013), establece que se debe estructurar un sistema de gestión de la calidad que asegure la satisfacción global sistematizando un proceso de mejora continua, basada en la mentalización y participación generalizadas de hacer las cosas cada vez mejor interiorizando esta actitud hasta convertirla en una cultura propia de la institución.

Asimismo, en el ámbito de la educación es necesario tomar en cuenta sus características particulares de tal modo se pueda identificar las variables e indicadores precisos para poder medir el servicio y la calidad. Uno de los modelos concertados encontramos a la normatividad que contempla la ISO 9001:2000, por otro lado, Vera (2017) menciona otros modelos utilizados en el referente mundial como ser:

- En Japón se estableció: el modelo Deming
- En Estados Unidos: el modelo Malcolm Baldrige
- En Europa: European Foundation for Quality Management.

## **2.6. Satisfacción de la calidad del servicio**

En un sentido amplio la satisfacción, según numerosos autores es el cumplimiento de las expectativas del usuario, como menciona Morillo y Morillo (2016), “la satisfacción es un concepto psicológico, que en un sentido básico implica el sentimiento de bienestar y placer por obtener lo que se desea y espera de un producto o servicio.”

Asimismo, Münch (1998) indica que la satisfacción precede a la calidad del servicio, pues, la calidad se alcanza con la “Satisfacción total de las necesidades del cliente mediante la prestación de actividades esencialmente intangibles con un valor agregado y el cumplimiento de los requisitos adecuados al producto o servicio” (Morillo y Morillo, 2016).

### **2.6.1. Satisfacción del cliente**

Para Hoffman y Bateson (2016), la satisfacción del cliente contribuye a las percepciones del cliente sobre la calidad, por cuanto las percepciones de los clientes se basan en sus experiencias o satisfacciones pasadas, las cuales son revisadas en cada encuentro posterior, definiendo a su vez sus expectativas e intenciones de compra.

### **2.6.2. Elementos que conforman la satisfacción del cliente.**

De acuerdo con Thompson (2006), la satisfacción del cliente está conformada por tres elementos:

- 1) El Rendimiento Percibido:** Se refiere al esfuerzo que el cliente considera haber obtenido luego de haber adquirido un producto o servicio. Es decir, es el resultado que el cliente percibe al obtener el producto o servicio que adquirió.
- 2) Las Expectativas:** Es la esperanza que los clientes obtienen al conseguir algo, se producen por el efecto de una o más de estas situaciones:
  - Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio

- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión
- Promesas que suelen prometer los de la competencia.

3) **Niveles de Satisfacción:** Una vez que se haya hecho la compra o adquirido un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción: Insatisfacción, satisfacción y complacencia.

### 2.6.3. Modelo Servqual

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), establecieron por primera vez una herramienta de análisis de la calidad llamado SERVQUAL, que se media a través de la satisfacción de los clientes. Fue desarrollado en Estados Unidos con el auspicio de “Marketing Science Institute” y validado en 1992 en América latina por Michelsen Consulting junto con el apoyo de Instituto Latinoamericano de Calidad de los Servicios (Castillo, 2018).

Asimismo, para Zamudio, Cardoso, De Castro (2005), citado por Castillo (2018), el SERVQUAL puede ser usado para medir la calidad del servicio en una amplia variedad de empresas, porque permite la flexibilidad suficiente para adaptarse a cada a uno en particular. Los autores mencionan que la clave de esta herramienta está en ajustar el cuestionario a las características de cada servicio en cuestión, de modo que los resultados puedan identificarse directamente con la realidad de la empresa.

Siendo un modelo de encuesta muy usado y aceptado para determinar la calidad del servicio, ha sido uno de los más criticados y cuestionados por varios autores (Mejías et al., 2013). Sin embargo, como menciona Castillo (2018), el modelo de la calidad del servicio está hecho por las mismas funciones que los modelos de tipo administrativos, tiene en cuenta a la planificación, ejecución, evaluación, como también la propuesta de acciones correctivas y preventivas como un periodo que debe repetirse consecutivamente para alcanzar la excelencia.

#### **2.6.4. Dimensión de los servicios**

Las características según Parasuraman et al, citado por Loyaga y Rebaza (2022) están integradas en cinco dimensiones generales:

##### **2.6.4.1. Elementos tangibles**

Se refiere al todo el equipo de aspecto actualizado, instalaciones confiables, apariencia visual y elementos tangibles atractivos; es decir, los elementos tangibles son todos los activos fijos que tiene la empresa y que son primordiales para ofrecer un servicio.

Así como mencionan los autores, la atmósfera también influye directamente tanto en los empleados como en los clientes de maneras fisiológicas, psicológicas, sociológicas, cognitivas y emocionales.

##### **2.6.4.2. Confiabilidad**

Es la percepción de cumplir las promesas, cuidar la solución de los problemas y entregar el servicio a la primera en la fecha prometida y sin errores, es decir, la confiabilidad se da cuando la empresa cumple con las promesas ofrecidas de forma inmediata provocando así confianza en el cliente.

Este elemento crea credibilidad y confianza para los clientes, lo cual se considera a través de un servicio profesional, excelente conocimiento técnico, cortesía de actitud y buenas habilidades de comunicación, para que los clientes puedan creer en la calidad de los servicios de la empresa.

##### **2.6.4.3. Capacidad de respuesta**

Se refiere a la percepción de la disposición de una empresa en ayudar a sus usuarios y brindar un servicio veloz, en otras palabras; consiste en resolver el problema que presenta el usuario rápidamente, tratar los reclamos de manera efectiva y estar dispuesto a ayudar, así como a cumplir con los requisitos de los clientes.

##### **2.6.4.4. Seguridad**

Parasuraman et al. manifiesta que: “es la percepción de la seguridad, el conocimiento y la atención de los empleados y su capacidad de infundir confianza”. En otras palabras, la

seguridad se da cuando la empresa tiene amplios conocimientos, prestigio y confianza al brindar sus servicios.

#### **2.6.4.5. Empatía**

Se refiere a la atención personalizada, preocupación por los intereses y necesidades del cliente, es decir, empatía es ponerse en el lugar del cliente y brindar un excelente servicio.

Los factores humanos, como en el caso de todo el personal administrativo de la FCEF, componen el núcleo de este éxito, pues requieren de la mejor preparación y capacitación para ofrecer un servicio de calidad, porque cuanto más cuidado brinda la institución a los usuarios, mayor es la comprensión del mismo.

# **CAPÍTULO III**

## **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **3.1. La Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho”**

La Universidad tarijeña fue fundada con su actual nombre, el 6 de junio de 1946 por un grupo de profesionales tarijeños. Su primer Rector designado fue el profesor Federico Ávila, promotor de su apertura (UAJMS, 2023).

El año 2006 la UAJMS logró un nuevo convenio con la UNESCO para la consolidación del proceso de Cambio y Transformación, la cual permitía constituirse en un referente de Universidad Regional a nivel Latinoamericano, que desarrolla procesos de transformación y modernización en el marco de la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI (UAJMS, 2023).

En la actualidad, la UAJMS cuenta con sus oficinas centrales y la mayoría de las unidades académicas en la ciudad de Tarija, además tiene presencia en diferentes provincias del departamento (Bermejo, Yacuiba, Villa montes y Entre Ríos) con carreras acordes a las necesidades y requerimientos de la población tarijeña (UAJMS, 2023).

#### **3.1.1. Facultad de Ciencias Económicas y Financieras**

La Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, fue creada el 25 de noviembre de 1947. El 21 de abril de 1948 la Facultad de Economía comienza a funcionar de forma regular, iniciando su gestión con 17 estudiantes inscritos en el primer año en la sección facultativa y con 55 estudiantes en la sección comercial, siendo su primer decano el Sr. Adolfo Piñeiro Román, quien desarrollo importantes actividades durante su gestión contribuyendo al fortalecimiento y consolidación de la nueva facultad (FCEF, 2022).

La FCEF, cuenta con cinco laboratorios de computación, más de 35 aulas con proyectores multimedia (Tics), cuenta con su propia biblioteca, espacios de estudio y además ofrece servicio de wifi y actividades académicas de extensión universitaria e investigación.

El 14 de octubre de 1997 de acuerdo a Resolución H.C.U. N°132/97, se aprueba el listado de Carreras de la UAJMS inscritas en el Registro del Sistema Universitario Boliviano, el cual se muestra a continuación junto con las fechas de creación de las tres carreras en la FCEF (PEF, 2019).

Cuadro N°2 Fecha de creación de las carreras

CARRERAS	NIVEL ACADÉMICO	FECHA DE CREACIÓN
Economía	Licenciatura	25 de noviembre de 1947
Contaduría Pública	Licenciatura	25 de abril de 1969
Administración de Empresas	Licenciatura	15 de mayo de 1974

Fuente: Adaptado Plan Estratégico Institucional FCEF 2020 – 2025

### 3.1.1.1. Visión Política Institucional

Referente a la visión política institucional se muestra la visión, misión, principios y valores de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras. El Plan Estratégico Facultativo considera la visión y misión como elementos de orientación para las acciones en el marco de la planificación para los próximos 6 años (PEF, 2019).

#### 3.1.1.1.1. Visión

La Facultad plantea la siguiente visión:

*“Ser una unidad académica centrada en el estudiante y abierta a aspirantes de todas las condiciones sociales, reconocida nacional e internacionalmente al ofrecer una experiencia educativa y pedagógica claramente diferenciada, se caracteriza por su vocación investigativa generadora de nuevos conocimientos, dando lugar a la innovación, competitividad, creatividad, libertad de pensamiento, respeto por la individualidad, diversidad y pluralismo; ofertando propuestas académicas e investigativas rigurosas que permiten atender problemas sociales mediante soluciones creativas, con un profundo compromiso social y respeto por el medio ambiente” (PEF, 2019).*

#### 3.1.1.1.2. Misión

La Facultad se plantea la siguiente misión:

*“Formar profesionales en el área económica, administrativa y financiera con responsabilidad social, valores éticos, competencias científicas, técnicas y de relaciones interpersonales, críticos y creativos, que asuman su compromiso con la sociedad con clara conciencia de respeto por los seres humanos y sus derechos, por el medio ambiente y contribuyan al bien común y al desarrollo social, cultural, empresarial, científico y estético*

*en el contexto internacional, buscando incesantemente nuevos saberes y conocimientos” (PEF, 2019).*

### 3.1.1.1.3. Principios y Valores

Los principios y valores sobre los cuales se enmarcan la facultad son los siguientes:

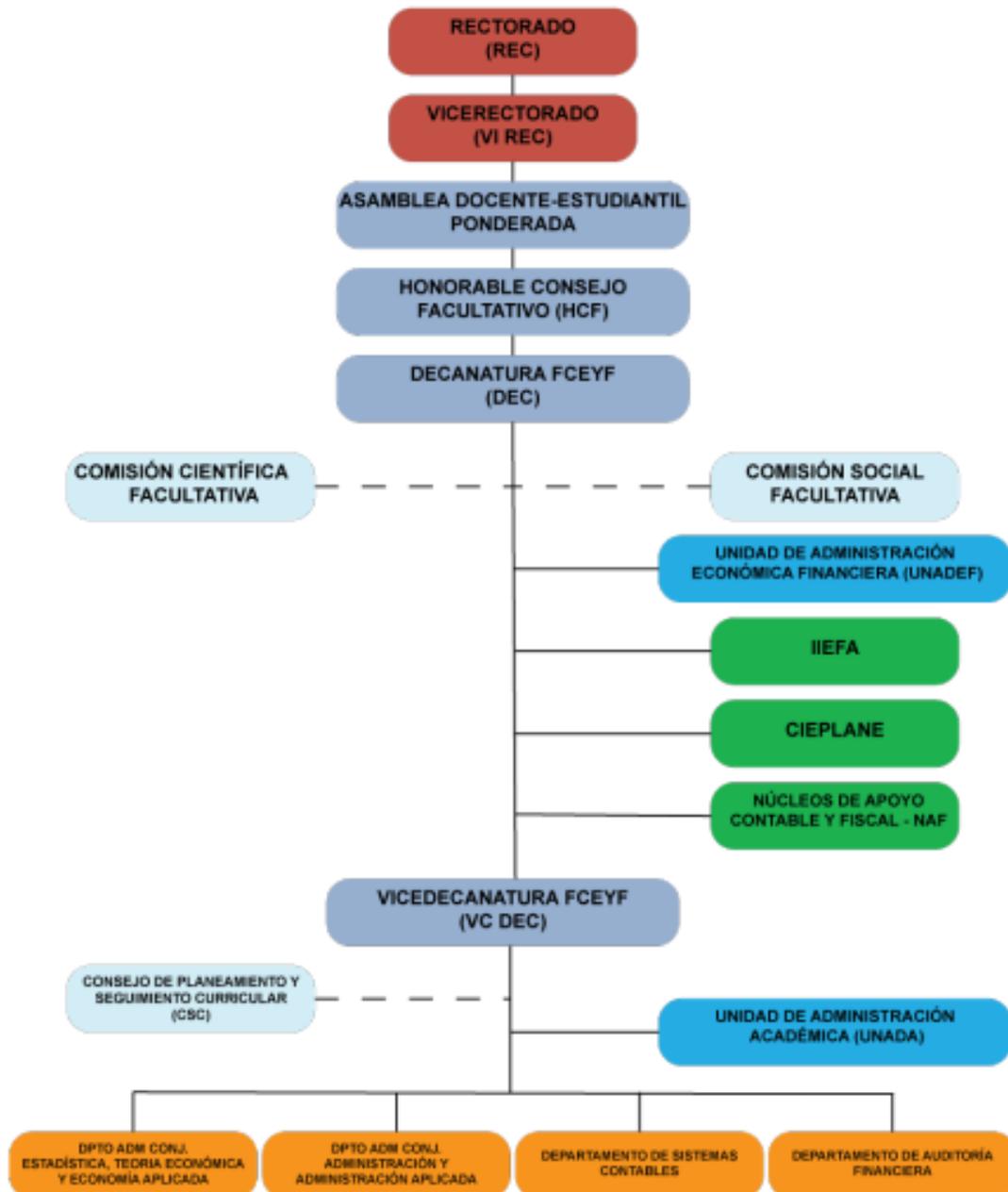
**Cuadro N°3 Principios y Valores – FCEF**

<b>PRINCIPIOS</b>	<b>VALORES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autonomía</li> <li>• Autonomía Económica</li> <li>• Cogobierno</li> <li>• Fuero Universitario</li> <li>• Democracia e igualdad</li> <li>• Libertad Académica</li> <li>• Interdisciplinariedad</li> <li>• Relación con el entorno</li> <li>• Integridad ética</li> <li>• Inviolabilidad de la Autonomía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Honestidad</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Respeto</li> <li>• Compromiso y Responsabilidad social</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Servicio</li> <li>• Creatividad e Innovación</li> <li>• Desarrollo</li> <li>• Calidad</li> <li>• Mística</li> <li>• Solidaridad y cultura de Paz</li> <li>• Tolerancia</li> <li>• Disciplina</li> </ul>

Fuente: Plan Estratégico Institucional FCEF 2020 – 2025

## 3.1.1.1.4. Organigrama

Figura N°2 Organigrama – FCEF



Fuente: PLAN ESTRATÉGICO FACULTATIVO 2020 – 2025

De acuerdo al organigrama Institucional se pudo desarrollar la Estructura Universitaria establecida por el Estatuto Orgánico de la UAJMS, diseñada para cada Facultad (Estatuto Orgánico, 2014):

**Artículo 19°. Nivel Universitario Facultativo.**

Tiene a su cargo la proyección general de la actividad académica y administrativa facultativa en forma de políticas, programas, normas y procedimientos de aplicación general que aseguren la unidad estratégica de la Facultad en el campo institucional y académico. La referida estructura está compuesta fundamentalmente por los siguientes órganos y unidades:

- **Órgano de Gobierno Universitario Facultativo:**
  - La Asamblea Facultativa Docente- Estudiantil Ponderada.
  - Honorable Consejo Facultativo.
- **Unidades de Gestión y Dirección:**
  - Decanatura.
  - Vicedecanatura.
- **Órgano de Vinculación:**
  - Comisión Social Facultativa.
- **Órgano Asesor:**
  - Comisión Científica Facultativa.
- **Órganos de Coordinación Técnico Académica:**
  - Consejos de Planeación y Seguimiento Curricular.
- **Unidades de Apoyo:**
  - Unidad de Administración Económico-Financiera.
  - Unidad de Administración Académica.
- **Unidades de Ejecución de las Funciones Sustantivas:**
  - Departamentos.
  - Institutos de Investigación Facultativos.

- Grupos de Trabajo Científico.
- Unidad de Educación Continua.

### **3.1.2. Unidad de Administración Académica – UNADA**

La UNADA de la FCEF, fue creada específicamente para interactuar entre las tres carreras (Economía, Contaduría Pública y Administración de Empresas), atendiendo trámites de procesos de administración académica y otros que requiera la comunidad universitaria, docentes y otros. Está ubicada en el edificio nuevo de la FCEF dentro del campus de la UAJMS de la ciudad de Tarija.

Al respecto de sus fines y propósitos, funciones y encargados de la UNADA están contenidos en el Estatuto Orgánico de la UAJMS (2014):

#### **Capítulo VII: DE LA UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN ACADÉMICA**

**Artículo 170°.** La Unidad de Administración Académica (UNADA), depende del Vicedecano y está encargada de apoyar en las diversas instancias institucionales de la Facultad.

#### **Artículo 171° Fines y propósitos**

De acuerdo al Artículo 171° del estatuto orgánico de la UAJMS, los fines y propósitos de la UNADA son:

- Apoyar a la dirección de la Facultad en la organización y seguimiento de la actividad académica.
- Atender las solicitudes de los estudiantes sobre trámites académicos y servicios estudiantiles, dándoles el curso correspondiente.
- Custodiar la documentación académica de la Facultad.
- Actualizar y procesar la información académica de la Facultad.

Las funciones y atribuciones de la UNADA, se definen en el Manual de Organización de la Universidad. (Ver Anexo 2)

**Artículo 172°. Del responsable.**

El responsable de la UNADA es un funcionario docente, con dedicación a tiempo completo.

**Artículo 173°. De la designación del personal de la Unidad de Administración Académica.**

El responsable de la UNADA, así como cualquier otro personal de la misma, será designado por concurso de méritos reglamentado.

**3.1.2.1. Organigrama**

**Figura N°3 Organigrama – UNADA**



Fuente: Elaboración propia

**3.1.2.2. Servicios de la UNADA**

Las actividades que realiza la UNADA, abarca las partes de trámites académicos administrativos establecidos en el Manual de Procedimientos de trámites académicos, automatización de procesos y atención al público, las cuales se basan en los fines y propósitos que establece el Estatuto Orgánico de la UAJMS.

**1) Trámites académicos – administrativos**

La UNADA como unidad de apoyo ofrece un servicio de trámites académicos administrativos, los cuales se encuentran plasmados en el Manual de Procedimientos de Trámites Académicos, que junto con otras unidades tiene el propósito de brindar una mejor

atención y servicio a la población universitaria. En vista de aquello, se vio necesario realizar una asociación de los diferentes trámites para una mejor interpretación:

- Actualización de folder académico
- Solicitud de ficha académica (títulos y otros)
- Solicitud de plan de estudios
- Solicitud de programas analíticos
- Solicitud de certificado de estudios
- Solicitud de permisos
- Programación de materias (normal, extemporánea, excepcional, cambio de grupo)
- Convalidación de materias

## 2) Automatización de procesos

### — **Página Web**

El área de trámites de la FCEF, se encuentra en la página web de la Facultad llamado “Trámites y Admisiones” donde se muestran los principales trámites académicos administrativos que se realizan en la UNADA (Ver Anexo 3), el cual se tiene a disposición para todos los estudiantes y personas en general.

### — **El Manual de Procedimientos de Trámites Académicos**

El Manual de Procedimientos de Trámites Académicos (2019), enmarca la totalidad de las actividades académicas – administrativas que realiza la UNADA, en coordinación con otras unidades organizacionales como el Vicerrectorado, Vicedecanatura, UNADEF, Caja y principalmente con el usuario, los cuales son los docentes y estudiantes.

Este manual fue elaborado con la finalidad de estandarizar y definir procedimientos, que permitan facilitar la función de los jefes de las Unidades Académicas y Autoridades Facultativas a objetivo de brindar una mejor atención al servicio y a la comunidad universitaria (Manual de Procedimientos de Trámites Académicos, 2019).

De igual forma, el Manual de Procedimientos de Trámites Académicos, se encuentra a disposición para la población universitaria en la página web de la FCEF en la sección de trámites y admisiones llamado “Boletín de trámites UNADA”. (Ver Anexo 4)

### **3) Atención al público**

El área de la UNADA ofrece un servicio de atención permanente, brindando información administrativa académica a la comunidad universitaria, docentes y familiares que solicitan información acerca de la situación académica de sus hijos.

#### **3.1.3. La calidad del servicio universitario**

De acuerdo con la UNESCO (2009), citado en Choque (2021) el término de calidad de la enseñanza superior es un concepto pluridimensional y por lo tanto complejo, que exige conocer todas sus funciones y actividades como la enseñanza, programas académicos, investigación, personal, estudiantes, infraestructura, edificaciones, instalaciones, equipamiento y servicios a la comunidad y al mundo universitario.

##### **3.1.3.1. Autoevaluación y Acreditación**

###### **3.1.3.1.1. Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana (CEUB)**

La autoevaluación y acreditación es un proceso voluntario en el que se someten las Instituciones Educativas con la finalidad de asegurar la calidad y la mejora continua, es una exigencia en la educación superior, en la que se evalúa la calidad de lo que se hace en la universidad. De esta manera, se puede certificar que la institución cuenta con todas las facultades necesarias para desempeñar la formación de profesionales de excelencia.

Para la Facultad de Ciencias Económicas y Financiera lo primordial es el mejoramiento continuo y garantizar la calidad en la educación, por lo que se hizo los esfuerzos necesarios por lograr su adecuada autoevaluación y acreditación de sus tres carreras al CEUB (FCEF, 2022).

###### **3.1.3.1.2. Acreditación Regional de Carreras Universitarias (ARCU-SUR)**

Es el Sistema de Acreditación Regional de Carreras Universitarias, es resultado de un Acuerdo entre los ministros de Educación de Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Bolivia

y Chile, homologado por el Consejo del Mercado Común del (MERCOSUR) a través de la Decisión CMC N°17/08.

El ARCUSUR es el Sistema permanente de acreditación regional, entre Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Bolivia y Chile, cuyo objetivo es dar garantía pública del nivel académico y científico, que se define a través de criterios elaborados por comisiones consultivas en coordinación con la Red de Agencias Nacionales de Acreditación que está homologado por el MERCOSUR (FCEF, 2022).

### 3.1.4. Calidad del servicio administrativo

Para asegurar la calidad de la educación superior según Choque (2021), se deben realizar procesos de evaluación para identificar las debilidades y las fortalezas con el fin de ajustar constantemente los distintos procesos educativos, gerenciales, tecnológicos.

En este sentido, la FCEF cuenta con el Plan Estratégico Facultativo (PEF) 2020 – 2025, que en base al análisis FODA que se elaboró (Ver Anexo 5), se pudo identificar los siguientes aspectos para el servicio administrativo:

**Cuadro N°4 MATRIZ FODA – FCEF**

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasos mecanismos de control y seguimiento al personal docente y administrativo.</li> <li>• Reglamentos que no son actualizados periódicamente.</li> <li>• Inexistencia de una cultura de evaluación a los planes estratégicos de la Facultad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insuficiente asignación presupuestaria por el nivel central.</li> <li>• Limitada acceso a los recursos del internet y asignación de velocidad al servicio de internet por parte del nivel central.</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Nueva infraestructura para la Facultad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesibilidad a medios tecnológicos y a las TICs.</li> <li>• Existencia de recursos externos (Organismos Nacionales e Internacionales). Cooperación de instituciones departamentales y nacionales.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia en base al PLAN ESTRATÉGICO FACULTATIVO 2020 - 2025

De acuerdo al análisis FODA realizado en el 2019, se puede apreciar que existe más debilidades y amenazas en las unidades administrativas de la Facultad, entre ellas los escasos mecanismos de control y seguimiento al personal administrativo, la inexistencia de una cultura de evaluación y autoevaluación. Como amenazas no se cuenta con el apoyo presupuestario del nivel central y existe un limitado acceso y velocidad al servicio de internet.

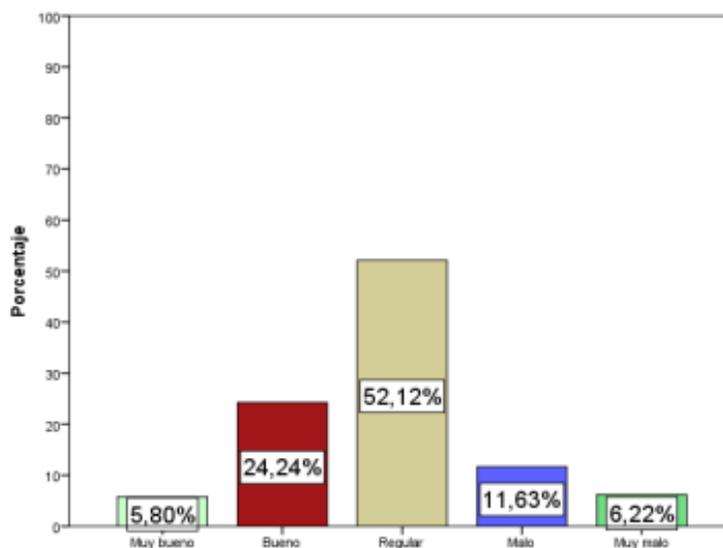
Es necesario resaltar que la calidad de servicios tiene que ver con la buena gestión universitaria Grijalba (2022), de manera que pueda garantizar la aplicación de normas de calidad, promoviendo la competitividad y apostando por la excelencia educativa.

#### **3.1.4.1. La evaluación de la calidad de servicio administrativo desde la percepción estudiantil**

La evaluación de la calidad se realiza mediante la percepción del estudiante y este se concibe en base a las experiencias contrastadas con su conocimiento y expectativas, que se forma desde múltiples ámbitos, experiencias y situaciones (Vera 2017).

En ese contexto, en base a una encuesta realizada por el PEF en la gestión 2018, con el propósito de conocer la “Percepción de estudiantes, docentes y administrativos con respecto a la formación profesional”, se pudo conocer la percepción estudiantil acerca del trato administrativo:

**Figura N°4 Trato del sector administrativo hacia el estudiante**



Fuente: Plan Estratégico Facultativo (PEF) 2020 – 2025

Como se observa en la Figura 3, las respuestas por parte de los estudiantes señalaron que el 52,12% consideran que el trato del personal administrativo es regular. Por lo tanto, se puede interpretar en términos generales que tanto el personal de contacto como el servicio ofertado no cumple con las expectativas de los estudiantes y, a su vez, con los principios y valores que determina la Facultad en términos de servicio y calidad.

Asimismo, se pudo observar a través de la recopilación de información y datos, que la elaboración del PEF se llevó a cabo en la gestión 2019, siendo este un perjuicio para la investigación debido a la desactualización y falta de información en el tema de los servicios académicos administrativos, debido a que no se cuenta con información oportuna y confiable.

#### 3.1.4.1.1. Percepción personal administrativo

A través del PEF 2019 se pudo conocer las percepciones con respecto a la formación profesional, desde el punto de vista estudiantil, de docentes y administrativos.

Desde la percepción del personal administrativo, se preguntó si conocían la visión, misión, el manual de funciones, entre otros. Como se muestra a continuación:

**Figura N°5 Percepción del personal administrativo 2018**

N°	PREGUNTA	RESPUESTAS SI	RESPUESTAS NO
1	¿Conoce la Misión y Visión de la Universidad?	73,90%	26,10%
2	¿Conoce la Misión y Visión de la Facultad?	60,90%	39,10%
3	¿Conoce el manual de organización y funciones?	21,70%	78,30%
4	¿Conoce sus funciones?	91,30%	8,70%
5	¿Se mide su desempeño con algún indicador?	95,45%	4,55%
6	¿Usted recibe alguna capacitación por parte de la facultad?	17,40%	82,60%
7	¿Se siente motivado por la facultad para desempeñar sus funciones administrativas?	77,27%	22,73%
8	¿Desempeña sus funciones en el lugar que corresponde?	82,60%	17,40%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

Los resultados arrojaron que el 78.30% del personal administrativo no conoce el manual de organización y funciones. Y el 82.60% no recibe alguna capacitación por parte de la Facultad.

En efecto, existe un desconocimiento significativo de los administrativos con respecto al manual de funciones y una falta de capacitación de la institución. Lo que puede ser una razón para la percepción regular por parte de los estudiantes hacia el personal administrativo, dejando muy lejos la satisfacción de los usuarios como factor determinante para ser un servicio de calidad.

### **3.1.5. Necesidad de mejora en la calidad administrativa**

La Facultad de Ciencias Económicas y Financieras se enfrenta a un gran desafío que requiere mejorar la calidad de sus servicios administrativos, buscando minimizar los efectos que tiene la mala organización, y así, garantizar una gestión de calidad de servicios de la institución a los usuarios.

Es importante mencionar que se puede mejorar la calidad del servicio a través de una buena formación y capacitación, como una forma de motivar al personal, debido a que, es la motivación lo que impulsa a las personas a comprometerse y mejorar sus actividades laborales y así brindar un servicio de calidad (Grijalba, 2022).

Por otro lado, es difícil hacer una segregación de los diferentes servicios que se realizan en la UNADA, debido a que todos se encuentran entrelazados y aportan a la satisfacción global.

No obstante, existen dos grandes grupos en donde se pueden categorizar los servicios: el académico y el administrativo. Desde el punto académico los estudiantes reconocen y valoran la calidad del servicio que se brinda por parte de los docentes. De vez en cuando, existe una evaluación en el sistema Tariquia para cuantificar la satisfacción al respecto; pero, en el tema de los servicios administrativos, la valoración no es tan común como se puede identificar.

En este sentido, se puede evidenciar que existe una problemática de los servicios administrativos, como es el caso de trámites académicos que se realiza en la UNADA, la cual, no cuenta con suficiente información y, la existente es incompleta y desactualizada con respecto al tema que se pretende estudiar.

**CAPÍTULO IV**

**APLICACIÓN DEL MODELO**

**SERVQUAL**

#### 4.1. Diseño de Cuestionario

El presente trabajo pretende conocer y analizar la percepción estudiantil sobre el servicio académico administrativo de la UNADA a través del modelo SERVQUAL. El cual contiene una serie de preguntas adaptadas a cada una de las dimensiones del servicio, de modo que los resultados puedan identificarse directamente con la realidad de la institución.

Se utilizó como escala de medición la versión SERVQUALing de Mejías et al. (2013) instrumento usado para medir las percepciones de los estudiantes de la FCEF, una versión del SERVQUAL de Parasuraman que tiene como base las cinco dimensiones y veintidós variables:

#### Cuadro N°5 Dimensiones de la calidad de servicio en educación superior

<b>1: ELEMENTOS TANGIBLES</b>
V01 ¿Las oficinas de la UNADA cuentan con equipos modernos y atractivos?
V02 ¿Cuándo ingresa a la UNADA, ésta se ve visualmente atractiva?
V03 ¿El personal de la UNADA está siempre presentable?
V04 Los documentos emitidos como ser (trámites, solicitudes, ...) son visualmente atractivos?
<b>2: CONFIABILIDAD</b>
V05 ¿Cuándo la UNADA te promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple?
V06 ¿Cuándo tienes un problema, la UNADA muestra sincero interés en solucionarlo?
V07 ¿El personal realiza bien el servicio desde la primera vez?
V08 ¿La UNADA concluye el servicio en el tiempo prometido?
V09 ¿El personal de la UNADA se esfuerza por mantener tus (documentos, trámites, ...) sin errores?
<b>3: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>
V10 ¿El personal de la UNADA le comunica cuando concluirán sus trámites?
V11 ¿En la UNADA se le ofrece un servicio puntual?
V12 ¿La UNADA está siempre dispuesto a ayudarlo?
V13 ¿El personal de la UNADA siempre está disponible para atenderle?
V14 ¿La página web de la UNADA cuenta con información clara detallada y actualizada?
V15 ¿La información que le brinda el personal de la UNADA satisface sus necesidades?
<b>4: SEGURIDAD</b>

V16 ¿El comportamiento del personal de la UNADA le inspira confianza?
V17 ¿Se siente seguro realizando sus trámites académicos en la UNADA?
V18 ¿El personal administrativo de la UNADA es siempre amable con usted?
V19 ¿El personal cuenta con los conocimientos suficientes para responderle?
<b>5: EMPATÍA</b>
V20 ¿El personal de la UNADA le brinda una atención personalizada?
V21 ¿La UNADA cuenta con horarios de trabajo convenientes para los estudiantes?
V22 ¿El personal se preocupa por sus necesidades e intereses?
V23 ¿La UNADA comprende la importancia de tus trámites académicos?

Fuente: (Adaptado de Mejías, Valle y Vega 2013)

La evaluación de las respuestas va de acuerdo con una escala de tipo Likert con alternativas, de 1 a 5, donde:

#### Cuadro N°6 ESCALAS DE CALIFICACIÓN

Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia

El criterio sobre de los niveles de percepciones son de la siguiente forma:

#### Cuadro N°7 Nivel de Satisfacción deseado

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
10-20	30-40	50-60	70-80	90-100
(-) Percepciones Negativas			(+) Percepciones Positivas	

Fuente: Figueroa y Morales (2022).

Para el cual se tomará como referencia un nivel de satisfacción deseado del 70%, A mayor puntuación en las percepciones positivas, mayor será la presencia de los componentes de la calidad de servicio percibido por los estudiantes y titulados.

## 4.2. Validez y Confiabilidad del Instrumento

Según Mendoza (2020) “Todo instrumento utilizado en la recolección de datos en una investigación científica debe ser confiable, objetivo y que tenga validez, si alguno de estos elementos no se cumple el instrumento no será útil y los resultados obtenidos no serán legítimos”. En este sentido, la validez según Mejías et al. (2013) se refiere a la credibilidad y fundamento que tienen las interpretaciones derivadas de los resultados de la aplicación de una encuesta, así como su relevancia y significación con respecto al contexto en el cual se desean plantear conclusiones.

**Tabla N°1 Total de casos válidos para las variables**

Casos	N	%
Válido	303	100.0
Casos Excluido	0	.0
Total	303	100.0

Fuente: Elaboración propia

La tabla 1, muestra el total de casos válidos para ambas variables en estudio, de 303 encuestas entre estudiantes y titulados, demostrando de esta manera que no hay ningún dato en la cual el sistema SPSS haya detectado como datos perdidos o casillas no respondidas.

## 4.3. Análisis de Fiabilidad

Como menciona Basantes (2017) “el Alfa de Cronbach es un coeficiente que sirve para medir la fiabilidad de una escala de medida. Se utiliza para medir una cualidad no directamente en una población de sujetos, para ello se mide n variables que sí son observables (n respuestas a un cuestionario) de cada uno de los sujetos.” En pocas palabras el alfa de Cronbach permite cuantificar el nivel de fiabilidad de una escala de medida para una cantidad inobservable construida a partir de las n variables observadas.

George y Mallery, citado en Basantes (2017) sugieren lo siguientes criterios generales para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa >0,9 es excelente
- Coeficiente alfa >0,8 es bueno

- Coeficiente alfa  $>0,7$  es aceptable
- Coeficiente alfa  $>.0,6$  es cuestionable
- Coeficiente alfa  $>0,5$  es pobre
- Coeficiente alfa  $< 0,5$  es inaceptable

Son valores aceptables de alfa para propósitos de investigación  $\geq 0,7$ .

**Tabla N°2 Análisis de fiabilidad a través del Alfa de Cronbach**

Alfa de Cronbach	N de elementos
.943	23

Fuente: Base de datos

De acuerdo a la tabla 2, el análisis del alfa de Cronbach muestra un valor de 0.943, lo que demuestra que el instrumento de recolección de información (la encuesta) es altamente aceptable y por tanto la confiabilidad que hay sobre la variable en estudio es muy aceptable.

#### **4.4. Población, Muestra Y Muestreo**

##### **4.4.1. Población**

La presente investigación tiene como unidad de análisis a los estudiantes y titulados de la FCEF de la Ciudad de Tarija de la gestión 2023.

La población sujeta a estudio de la FCEF está compuesta por las carreras de Economía, Administración de Empresas y Contaduría Pública como se muestra a continuación:

**Tabla N°3 Estudiantes matriculados en la gestión 2023**

Carrera	Estudiantes	Matriculados – Programados
Administración de Empresas		1180
Contaduría Pública		1649
Economía		294
Total		3123

Fuente: Datos UNADA – UAJMS

**Tabla N°4 Estudiantes titulados de la FCEF – gestión 2023**

Carrera	Estudiantes		
	Hombres	Mujeres	Total
Administración de Empresas	57	90	147
Contaduría Pública	100	203	303
Economía	12	14	26
Total	169	307	476

Fuente: Departamento de Planificación Universitaria – UAJMS

**Tabla N°5 Población total de Estudiantes y Titulados de la FCEF**

Carrera	Estudiantes	Titulados	Total
Administración de Empresas	1180	147	1327
Contaduría Pública	1649	303	1952
Economía	294	26	320
Total Población			3599

Fuente: Elaboración propia

La población total es de 3599 estudiantes matriculados-programados y titulados de la FCEF en la UAJMS durante la gestión 2023.

#### 4.4.2. Muestra

A continuación, se determinó el tamaño de la muestra a través de la siguiente fórmula:

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

#### Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

z: nivel de confianza

p: probabilidad de que ocurra el evento o éxito

q: probabilidad de que no ocurra el evento

e: error de estimación

$$n = \frac{3599 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{(3599 - 1)0.05^2 + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 347.20 \cong 348$$

N: Población	3599
Z	1.96
confianza (1-alfa)	0.95
P	0.5
Q	0.5
d:	0.05
n: Muestra	348

De acuerdo a los resultados obtenidos el tamaño de la muestra estaría conformado por 348 estudiantes y titulados de la FCEF.

#### 4.4.3. Muestreo

Para una mejor interpretación del trabajo se realizó un muestreo estratificado con afijación simple para cada carrera por lo cual, se calculó el tamaño de la muestra de acuerdo a la población de cada Facultad de matriculados y titulados.

**Tabla N°6 Muestreo estratificado por Carreras – FCEF**

<b>Carrera</b>	<b>Estudiantes</b>	<b>Titulados</b>	<b>Total</b>
Administración de Empresas	114	14	128
Contaduría Pública	160	29	189
Economía	28	3	31
<b>Total Muestra</b>			<b>348</b>

Fuente: Elaboración propia

# **CAPÍTULO V**

## **RESULTADOS**

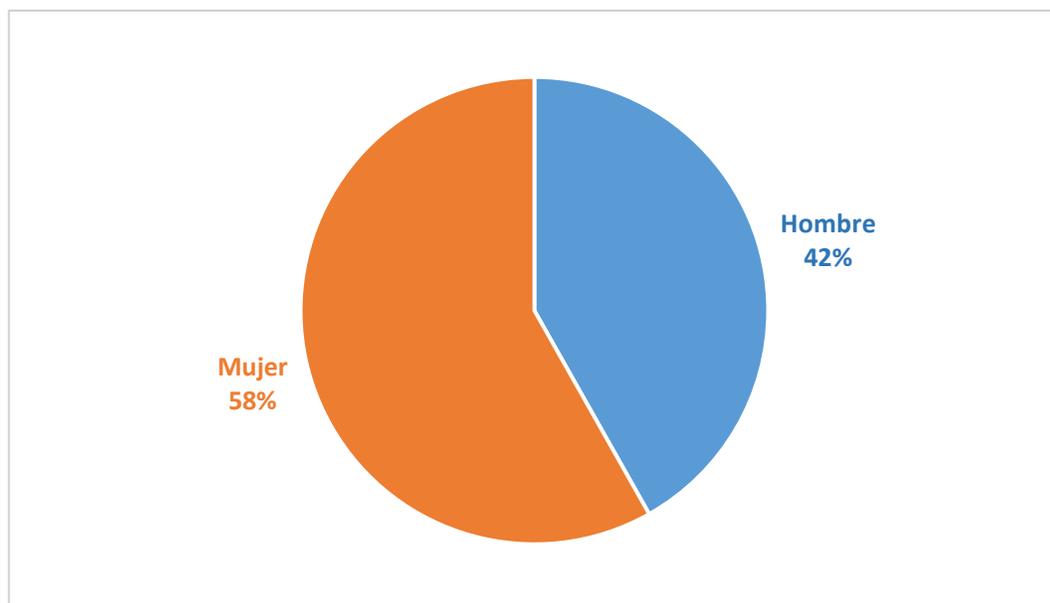
### 5.1. Resultados de investigación

De acuerdo con los resultados obtenidos, se describió el análisis e interpretación de los resultados, también se organizaron los datos en gráficos y tablas de frecuencias con sus respectivos porcentajes para cada variable del cuestionario.

De igual forma, se presenta la evaluación de confiabilidad interna para todos los datos recolectados, utilizando el alfa de Cronbach donde se demuestra la confiabilidad del instrumento empleado para la recolección de datos.

### 5.2. Análisis, interpretación y discusión de los resultados.

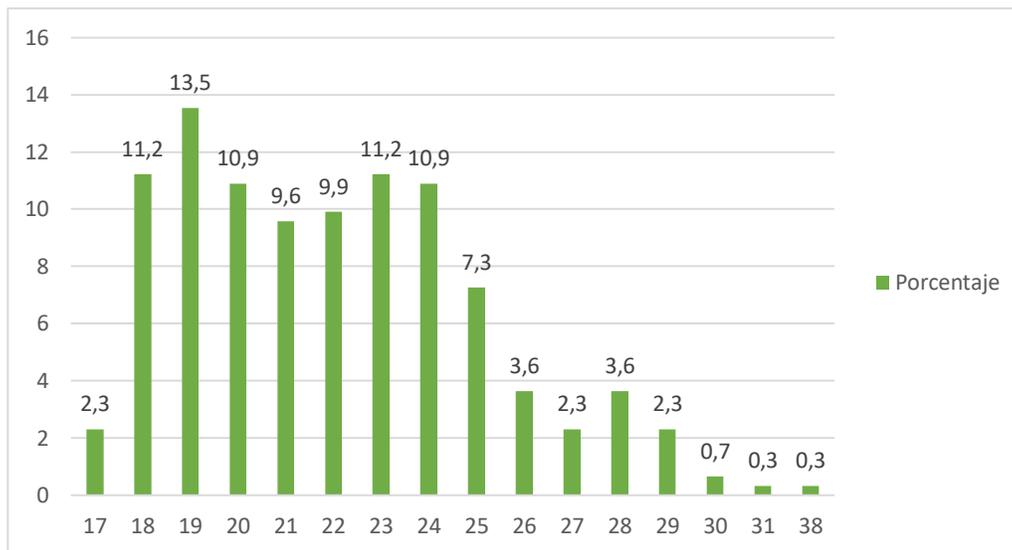
**Gráfico N°1 Sexo**



**Fuente.** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a los estudiantes y titulados en el 2023

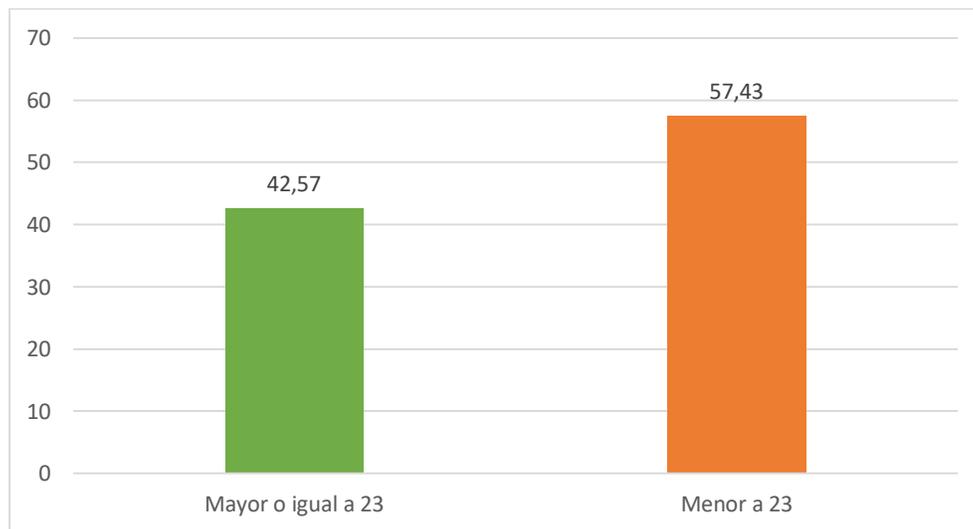
**Interpretación:** En el gráfico N°1 se pudo observar que no existe una disparidad del sexo en los encuestados, puesto que, el 58% fueron mujeres y el 42% hombres de un total de 303 encuestados.

Gráfico N°2 Edad



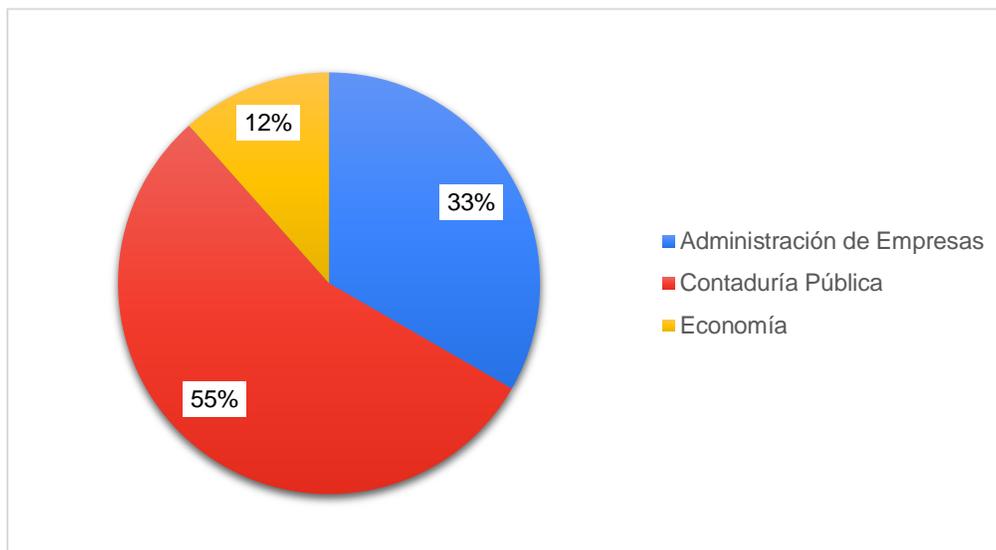
**Interpretación:** En el gráfico N°2 se pudo observar que el mayor porcentaje de encuestados se agrupan entre las edades de 18-24 años con un 77,2%.

Gráfico N°3 Edad Agrupada



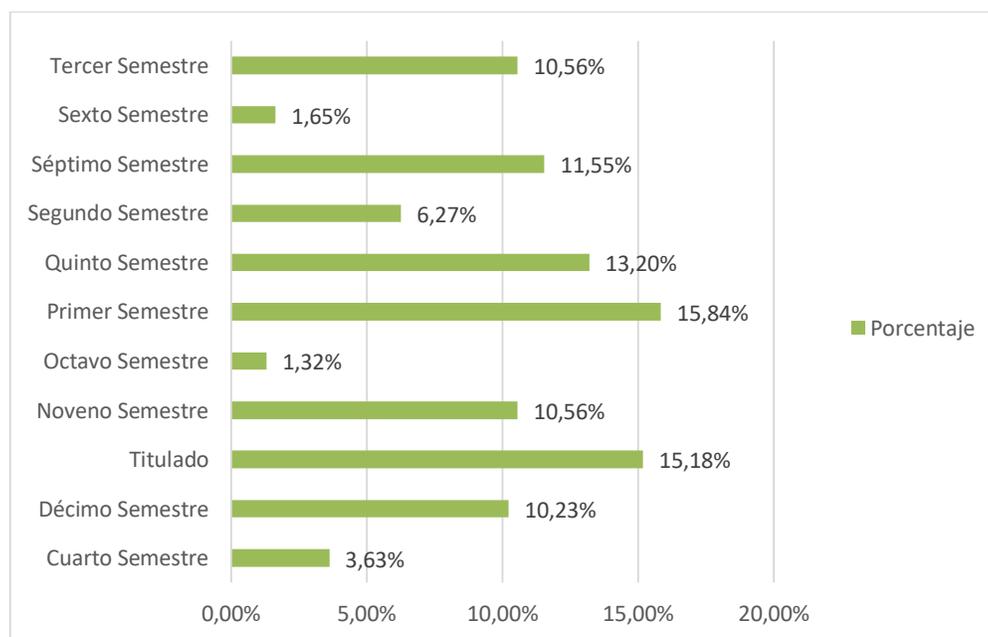
Interpretación: Agrupando las edades en dos categorías, se pudo observar que, de 303 encuestados, el 57,43% se encuentra entre las edades de 17-22 años y el 42,57% son de 23 años en adelante.

Gráfico N°4 Carrera



Interpretación: Se observó que el mayor porcentaje de encuestados pertenece a la carrera de Contaduría Pública (55%), seguido de Administración de Empresas es el (33%) y Economía (12%).

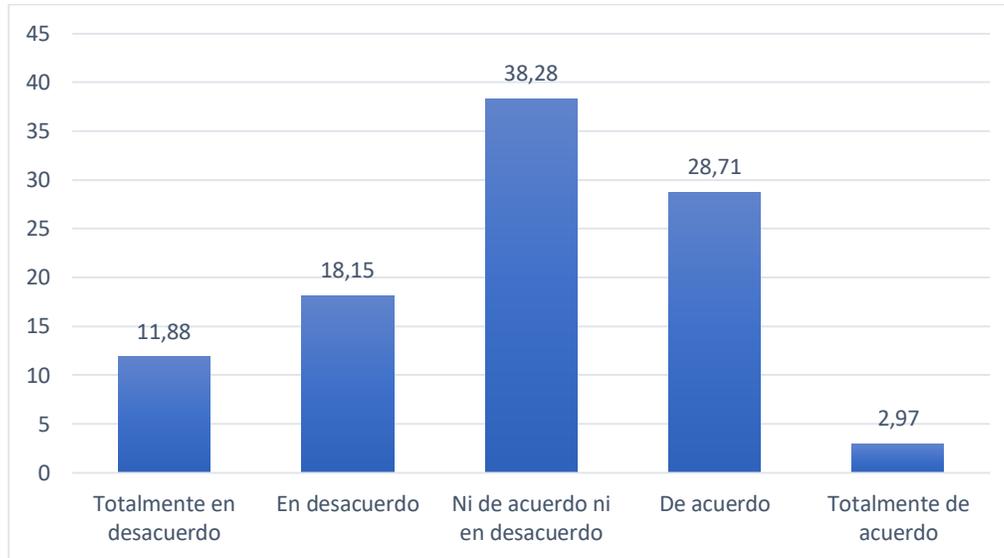
Gráfico N°5 Semestre al que pertenece



Interpretación: De acuerdo al gráfico N°4, de un total de 303 encuestados, el mayor porcentaje de encuestados fue de primer semestre (15,84%), seguido de los titulados (15,18%) y de quinto semestre (13,20%).

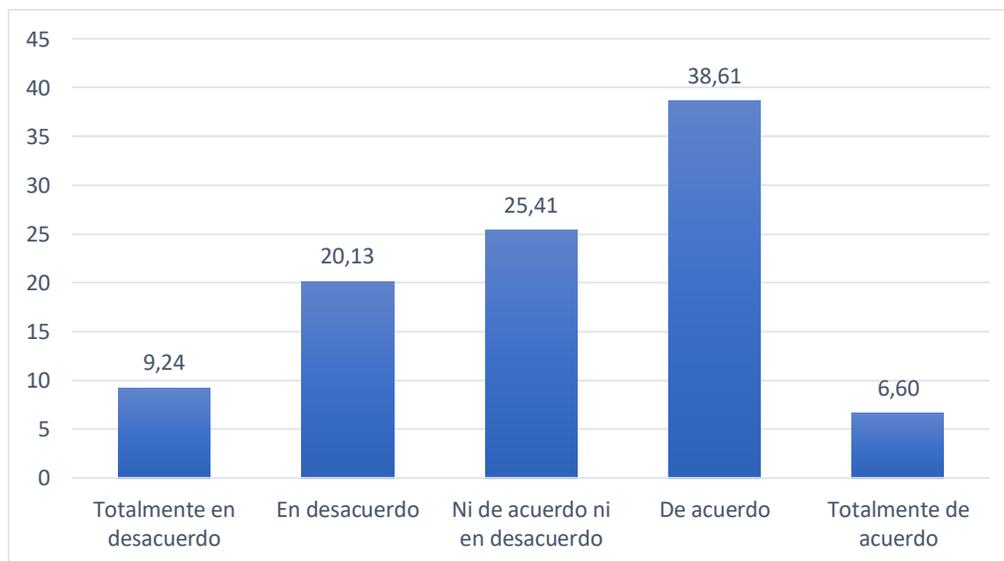
Gráfico N°5

**¿Las oficinas de la UNADA cuentan con equipos modernos y atractivos?**



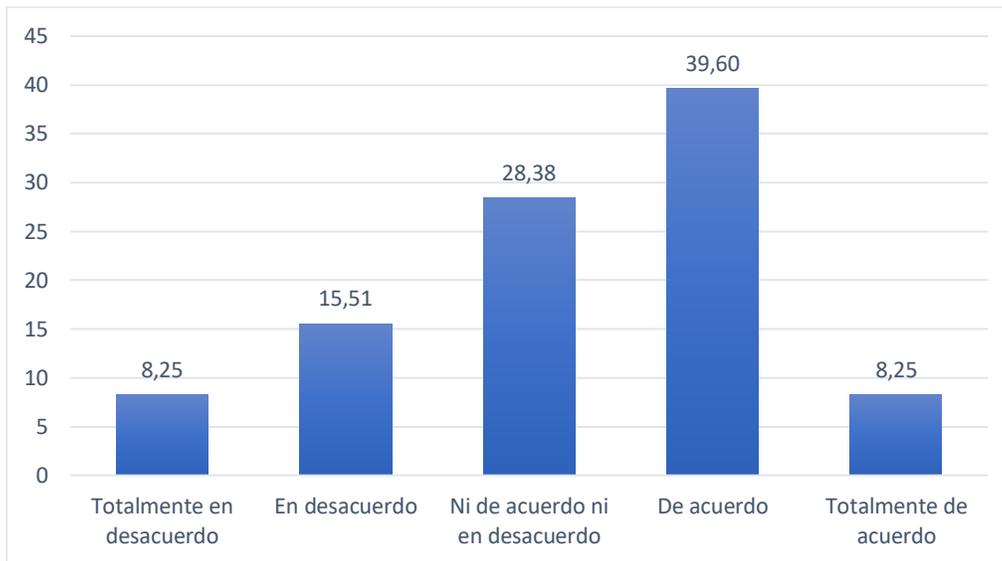
Interpretación: El 38,28% de los encuestados respondieron que no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo con respecto a los equipos de la UNADA, mientras que el 28,71% consideran que si cuenta con equipos modernos y atractivos.

**Gráfico N°6 ¿Cuándo ingresa a la UNADA esta se ve visualmente atractiva?**



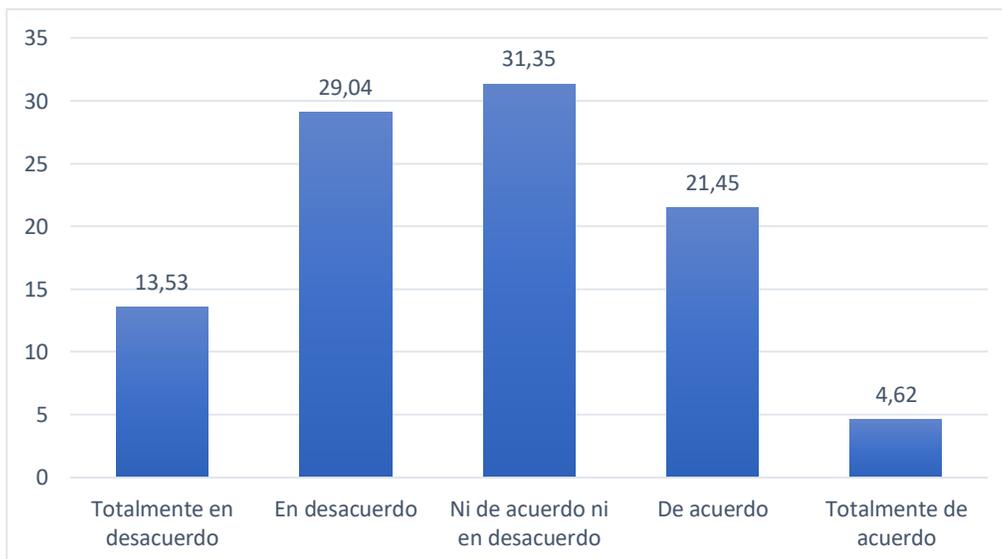
Interpretación: El 38,61% de los encuestados consideran que las oficinas de la UNADA son visualmente atractivas.

**Gráfico N°7 ¿El personal de la UNADA está siempre presentable?**



Interpretación: El 39,60% de los encuestados considera que el personal de la UNADA está siempre presentable, mientras que el 28,38% considera que es indiferente.

**Gráfico N°8 Los documentos emitidos como ser: trámites, solicitudes, ¿son visualmente atractivos?**



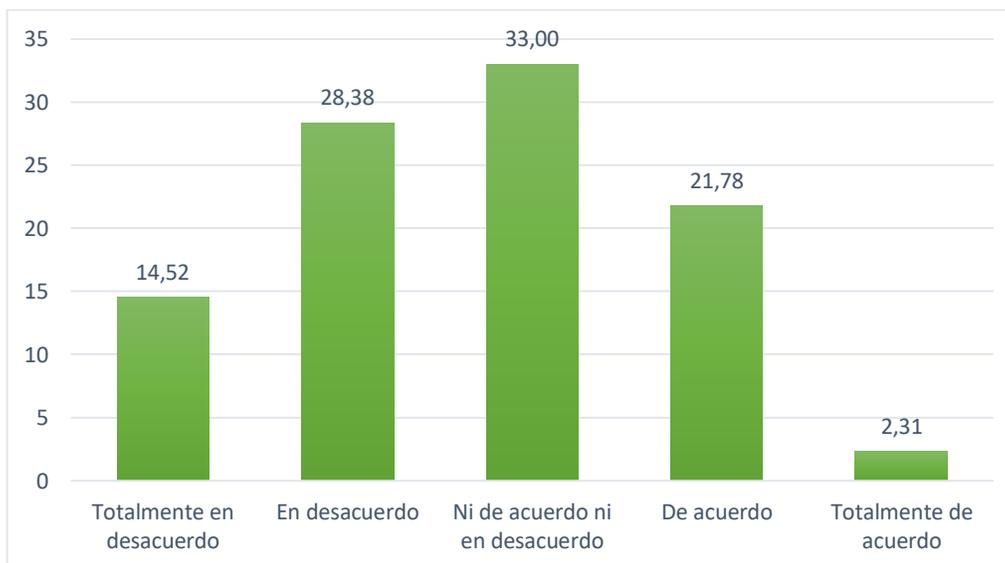
Interpretación: El 31,35% se mostró indiferente ante los trámites emitidos por la UNADA, mientras que el 29,04% considera que los trámites no son visualmente atractivos.

**Gráfico N°9 ¿Cuándo la UNADA le promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple?**



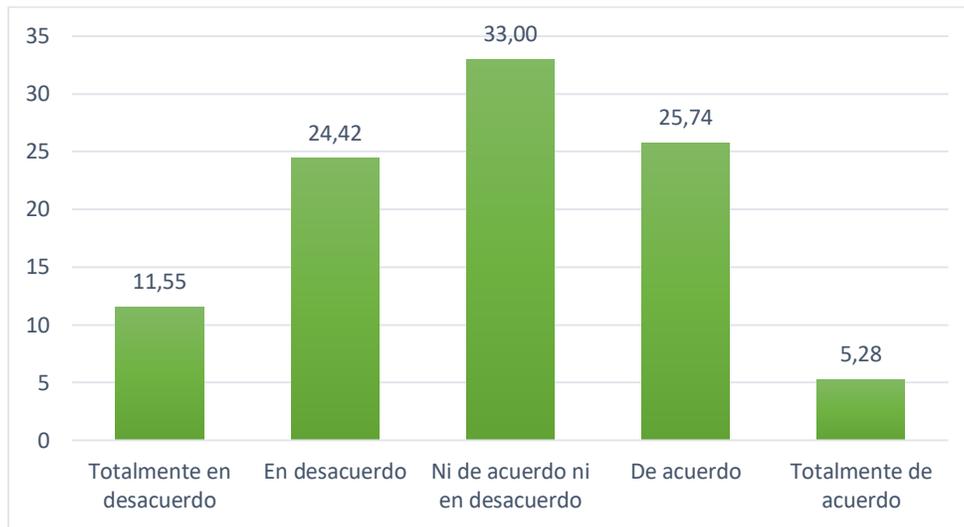
Interpretación: El 33% de los encuestados considera que cuando la UNADA le promete hacer algo en cierto tiempo no lo cumple, mientras que el 31,68% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Gráfico N°10 ¿Cuándo tienes un problema, la UNADA muestra sincero interés en solucionarlo?**



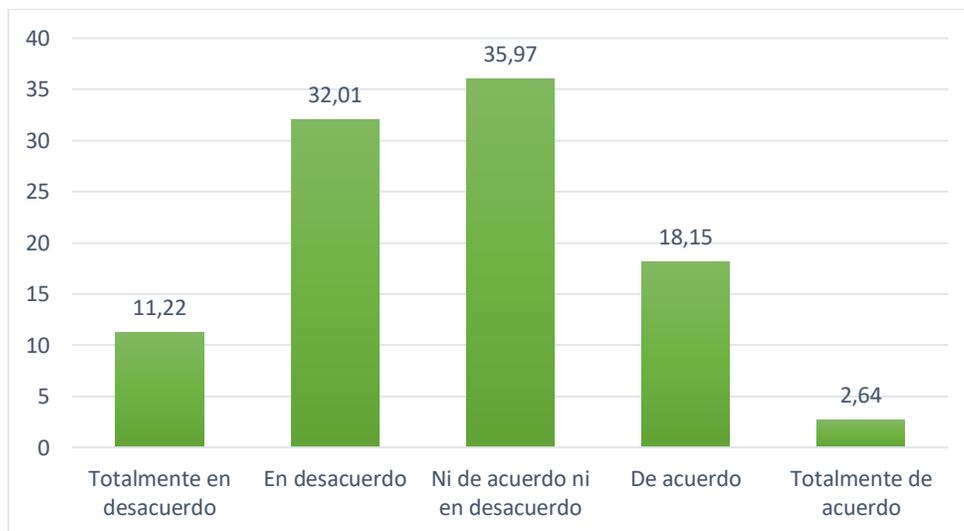
Interpretación: El 28,38% de los encuestados respondió que cuando tienen un problema, la UNADA no muestra sincero interés en solucionarlo, mientras que el 33% se mostró indiferente ante esta pregunta.

**Gráfico N°11 ¿El personal realiza bien el servicio desde la primera vez?**



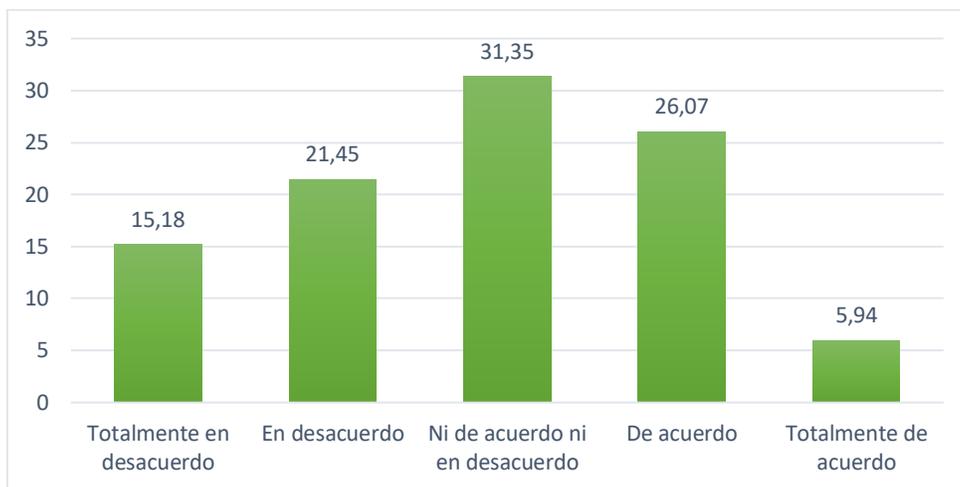
Interpretación: El 33% de los encuestados no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, en que la UNADA realiza bien el servicio desde la primera vez, mientras que el 25,74% considera que sí.

**Gráfico N°12 ¿La UNADA concluye el servicio en el tiempo prometido?**



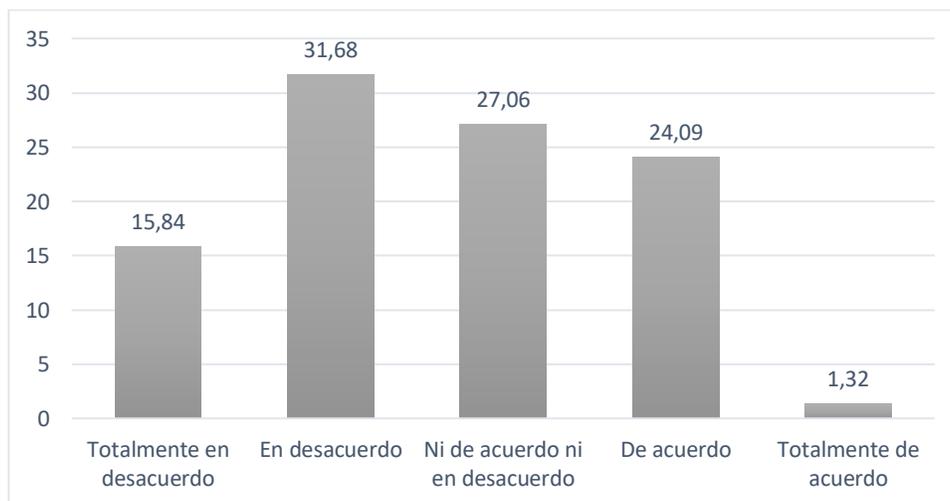
Interpretación: El 32% de los encuestados considera que la UNADA no concluye con el servicio como lo promete, mientras que el 35,97% se encuentra indeciso ante esta pregunta.

**Gráfico N°13 ¿El personal de la UNADA se esfuerza por mantener sus documentos (trámites) sin errores?**



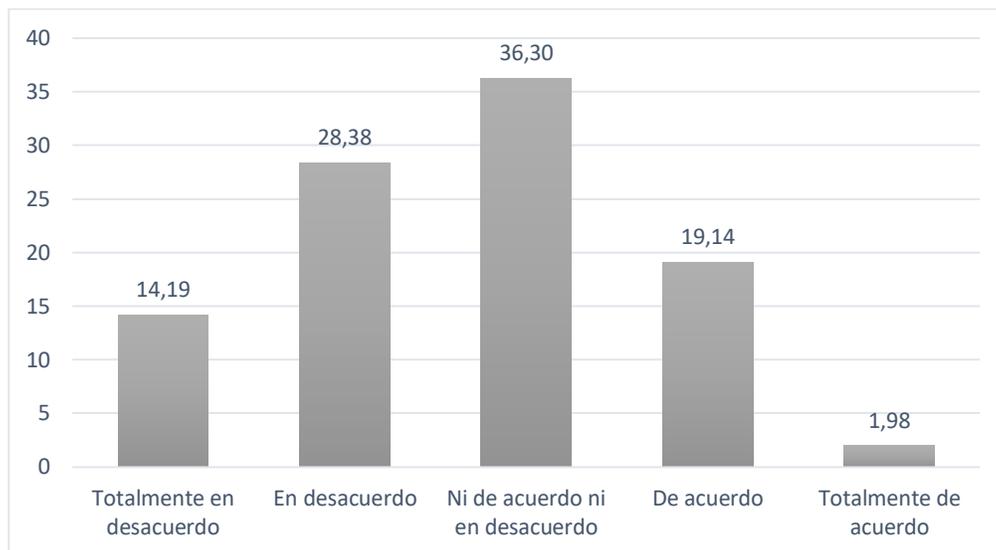
Interpretación: El 26,07% de los encuestados considera que el personal de la UNADA se esfuerza por mantener sus trámites sin errores, mientras que el 21,45% cree que no es así y 31,35% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Gráfico N°14 ¿El personal de la UNADA le comunica cuando concluirán sus trámites?**



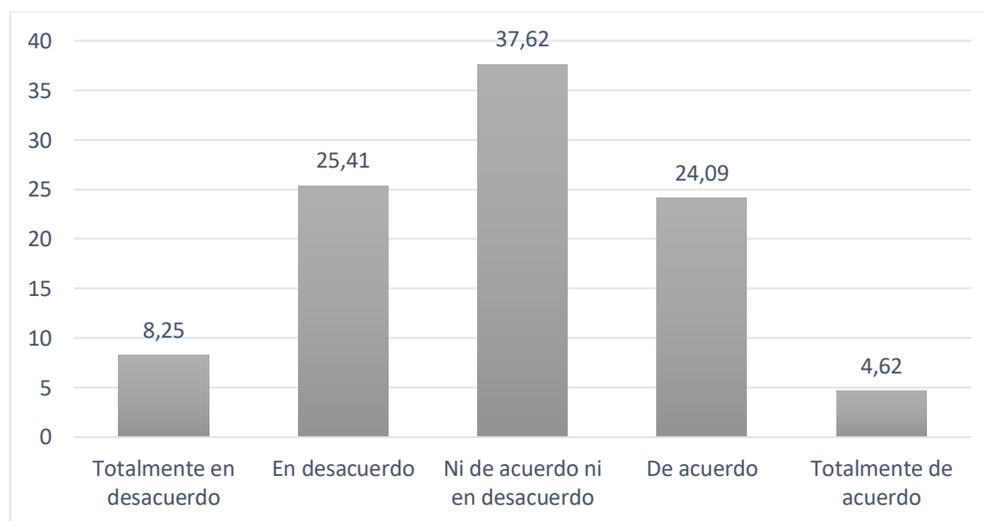
Interpretación: El 31,68% de los encuestados considera que el personal de la UNADA no le comunica cuando concluirán sus trámites, 27,06% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 24,09% cree que sí le comunica.

**Gráfico N°15 ¿En la UNADA se le ofrece un servicio puntual?**



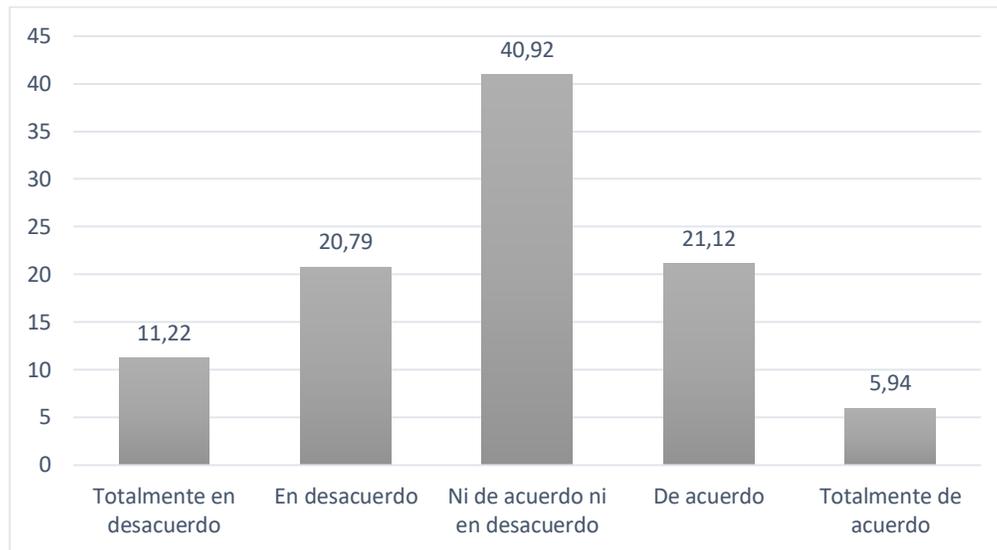
Interpretación: El 36,30% no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con la pregunta, mientras que el 28,38% de los encuestados considera que el servicio no es puntual.

**Gráfico N°16 ¿La UNADA está siempre dispuesto a ayudarle?**



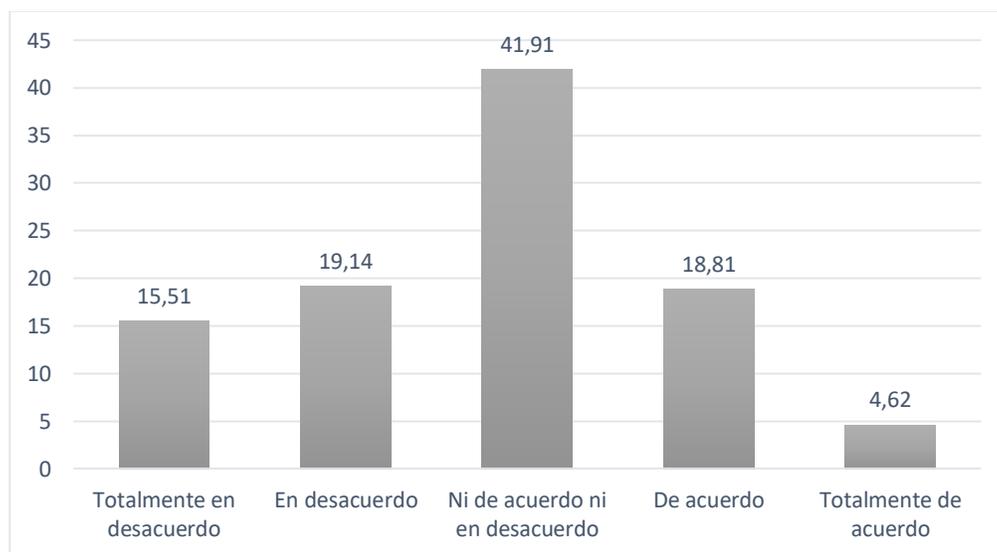
Interpretación: El 24% de los encuestados considera que la UNADA si está siempre dispuesto a ayudarle, mientras que el 25,41% opina que no.

**Gráfico N°17 ¿El personal de la UNADA está siempre disponible para atenderle?**



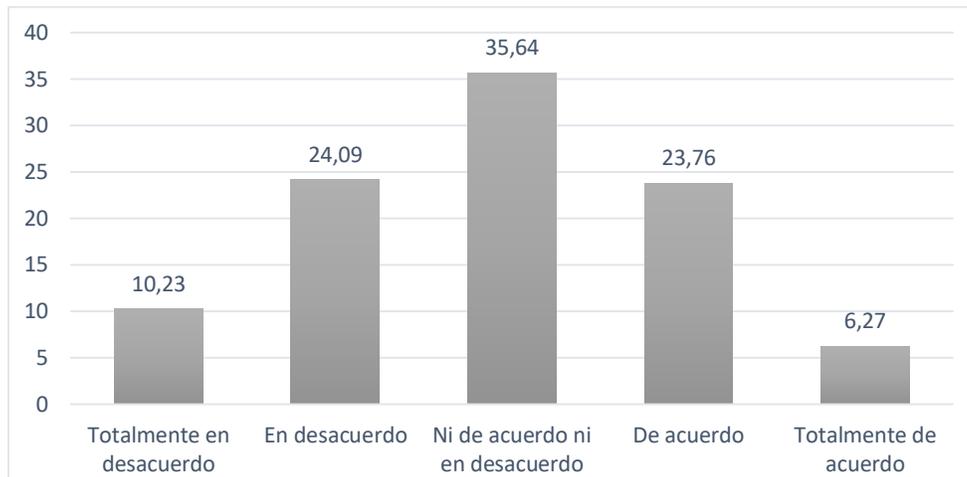
Interpretación: El 40,92% de los encuestados consideran que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a que el personal de la UNADA está siempre disponible para atenderle.

**Gráfico N°18 ¿La página web de la UNADA cuenta con información clara, detallada y actualizada sobre los diferentes trámites académicos?**



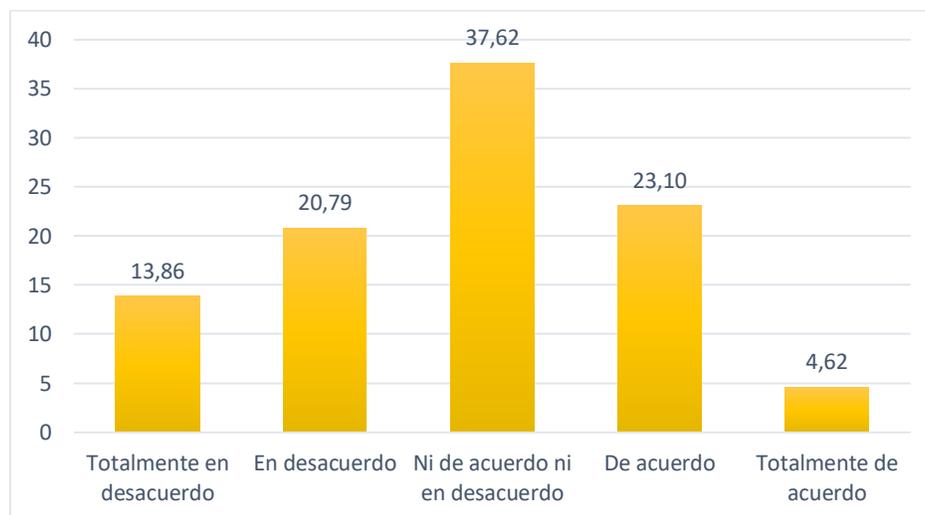
Interpretación: El 41,92% de los encuestados respondió que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a si la página web de la UNADA cuenta con información clara, detallada y actualizada sobre los diferentes trámites académicos.

**Gráfico N°19 ¿La información que le brinda el personal de la UNADA satisface sus necesidades?**



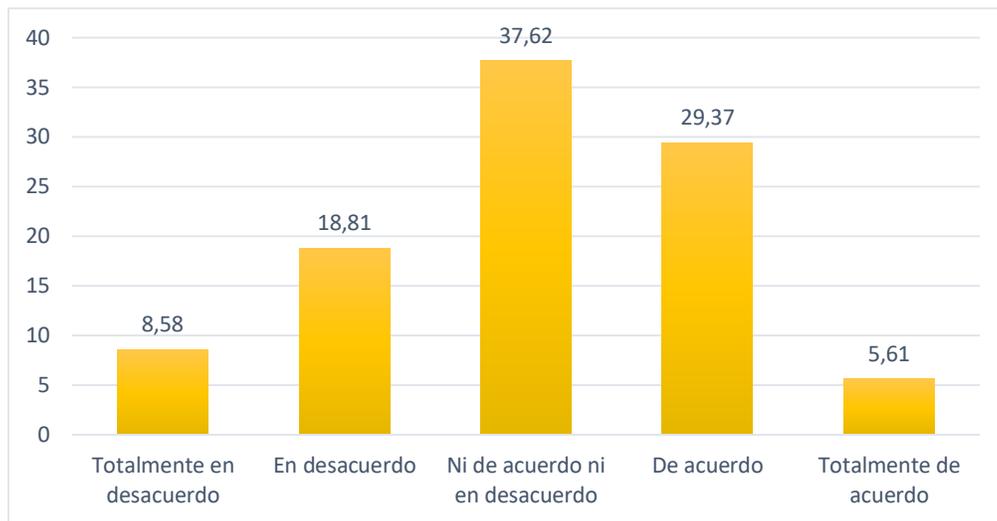
Interpretación: El 35,64% respondió que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la información que le brinda la UNADA satisface sus necesidades, mientras que el 23,76% de los encuestados considera que la información si le satisface y el 24,09% cree que no.

**Gráfico N°20 ¿El comportamiento del personal de la UNADA le inspira confianza?**



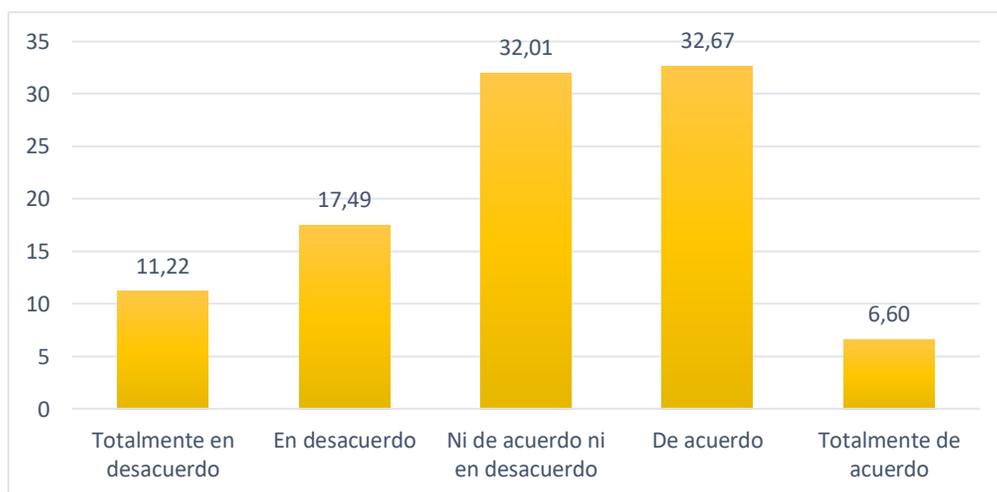
Interpretación: El 37,64% respondió que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con el comportamiento del personal de la UNADA, el 23,10% de los encuestados considera que el personal si le inspira confianza, mientras que el 20,79% cree que no.

**Gráfico N°21 ¿Se siente seguro realizando sus trámites académicos en la UNADA?**



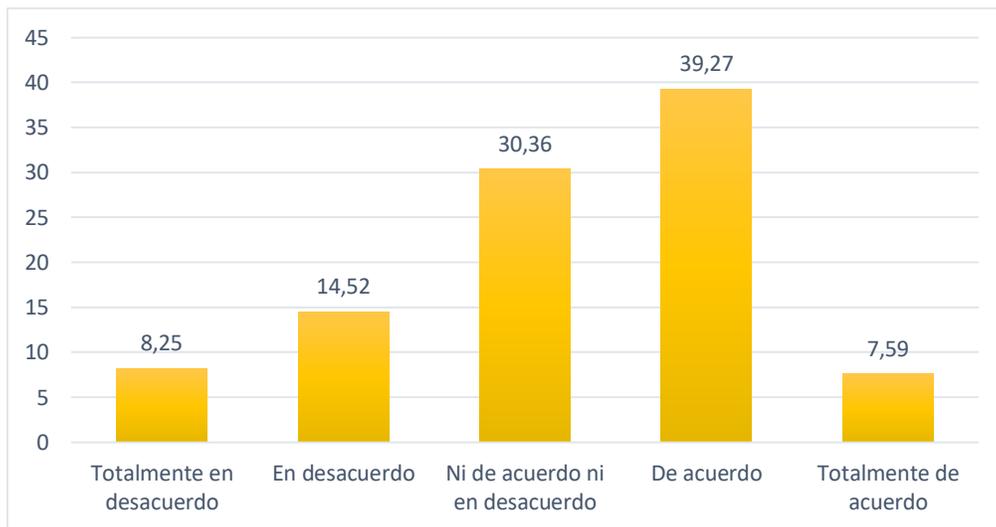
Interpretación: El 29,37% de los encuestados respondió que, si se encuentra seguro realizando sus trámites académicos en la UNADA, mientras que el 37,62% respondió que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Gráfico N°22 ¿El personal administrativo de la UNADA es siempre amable con usted?**



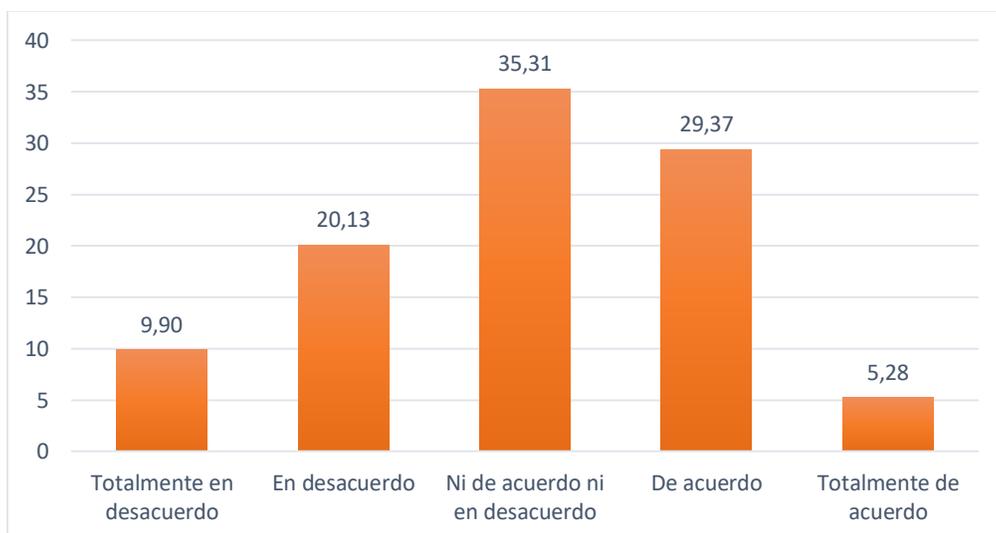
Interpretación: El 32,67% de los encuestados respondió que, si se encuentra de acuerdo respecto a que, el personal administrativo de la UNADA es siempre amable, mientras que el 32,01% respondió que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Gráfico N°23 ¿El personal cuenta con los conocimientos suficientes para responderle?**



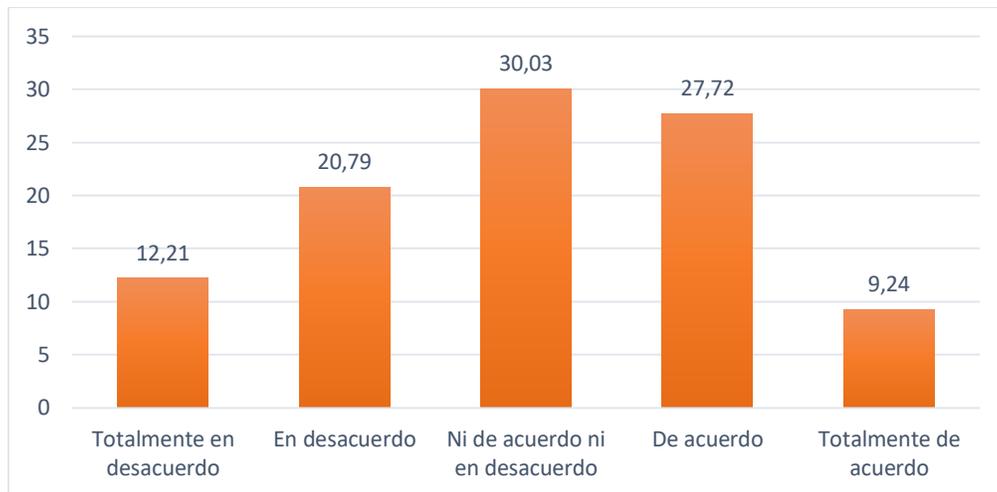
Interpretación: Respecto a la pregunta, si el personal cuenta con los conocimientos suficientes para responderle: el 39,27% respondió que, si está de acuerdo, mientras que el 30,36% respondió que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Gráfico N°24 ¿El personal de la UNADA le brinda una atención personalizada?**



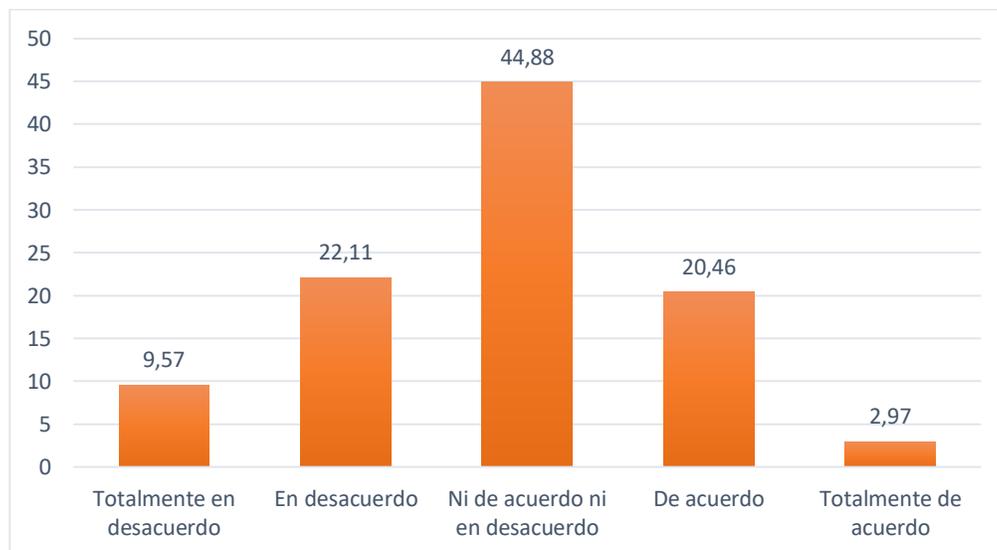
Interpretación: Respecto a la pregunta, si el personal de la UNADA le brinda una atención personalizada: el 35,31% respondió que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 29,37% respondió que si está de acuerdo.

**Gráfico N°25 ¿La UNADA cuenta con horarios de trabajo convenientes para los estudiantes?**



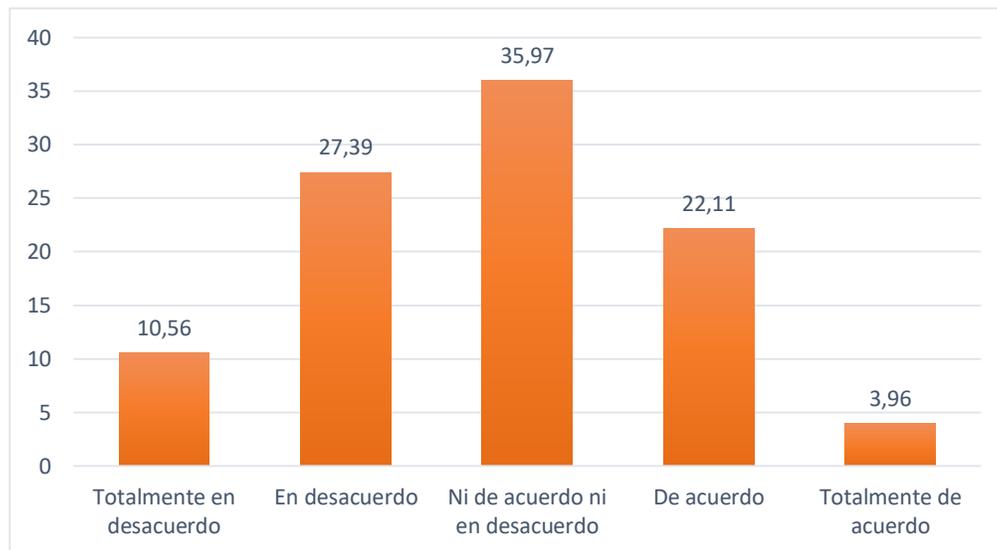
Interpretación: Respecto a la pregunta, si la UNADA cuenta con horarios de trabajo convenientes para los estudiantes: el 30,03% respondió que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 27,72% respondió que si está de acuerdo.

**Gráfico N°26 ¿El personal se preocupa por tus necesidades e intereses?**



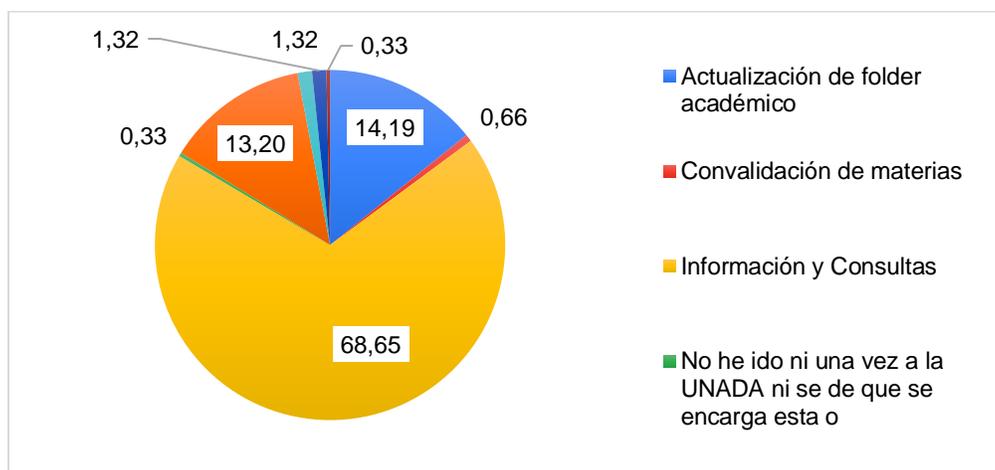
Interpretación: Respecto a la pregunta, si el personal de la UNADA personal se preocupa por tus necesidades e intereses: el 44,88% respondió que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Gráfico N°27 ¿La UNADA comprende la importancia de tus trámites académicos?**



Interpretación: Respecto a la pregunta, si la UNADA comprende la importancia de tus trámites académicos: el 35,97% respondió que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 27,39% considera que no comprende la importancia.

**Gráfico N°28 ¿Qué servicios realiza con más frecuencia cuando acude a la UNADA?**



Interpretación: De acuerdo al gráfico 28, se pudo identificar tres servicios por los que se acude frecuentemente a la UNADA: un 68,65% de encuestados acude por Información y consultas, seguido del 14,19% por la Actualización del folder académico y un 13,20% por la Programación de materias (normal, extemporánea, excepcional y cambio de grupo).

### 5.3. Análisis de los resultados por dimensión

Para el análisis de los datos por dimensión se realizó una prueba chi-cuadrada con los datos sociodemográficos como ser: sexo, edad, carrera y semestre. Se pudo determinar que solo la variable “semestre” tenía un grado de asociación estadísticamente significativa con cuatro de las dimensiones (tangibilidad, confiabilidad, seguridad y empatía).

#### 5.3.1. Análisis de los resultados de dimensión por semestre

- **Dimensión Tangibilidad**

**Tabla N°7 Prueba Chi cuadrado para la dimensión tangibilidad y semestre**

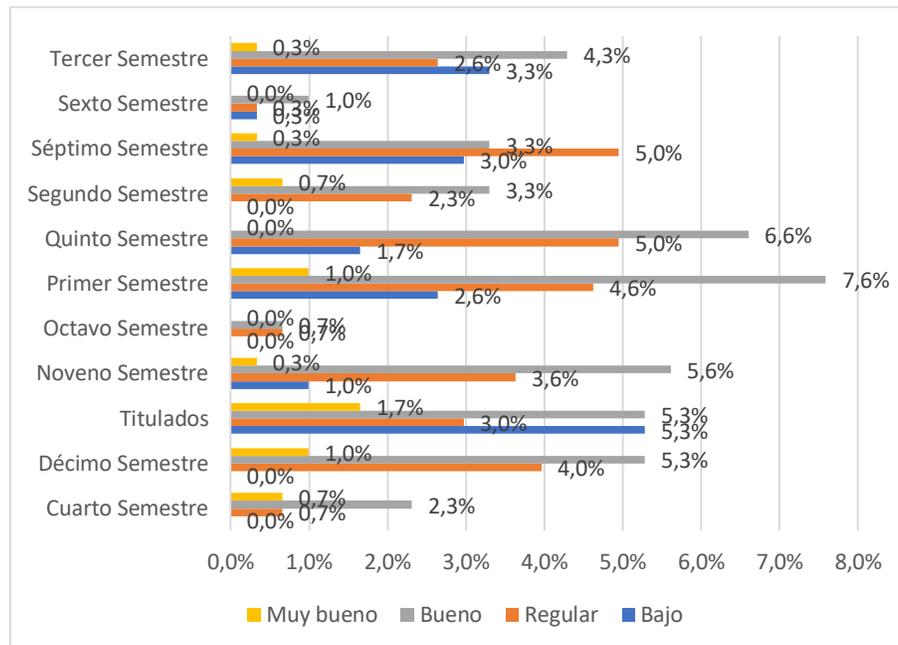
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	48.924 <sup>a</sup>	30	0.016
N de casos válidos	303		

a. 21 casillas (47.7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .24.

**Fuente.** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a los estudiantes en el 2023

El coeficiente de significancia ( $p = 0.016$ ) es menor a ( $p < 0.05$ ); por lo tanto, existe una asociación entre las variables, el semestre al que pertenece tiene un grado de influencia en la dimensión tangibilidad.

**Gráfico N°29 Dimensión Tangibilidad por semestre**



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Como se pudo observar en la dimensión de elementos tangibles con relación al semestre, el 7,6% del primer semestre y el 6,6% del quinto semestre consideran que la calidad en base a los indicadores físicos como ser (Infraestructura, Atractivo visual, Presencia y Documentos) de la UNADA es buena. Sin embargo, el 5,3% de los titulados consideran que la calidad de los elementos tangibles es baja.

#### ▪ Dimensión Confiabilidad

**Tabla N°8 Prueba Chi cuadrado para la dimensión confiabilidad y semestre**

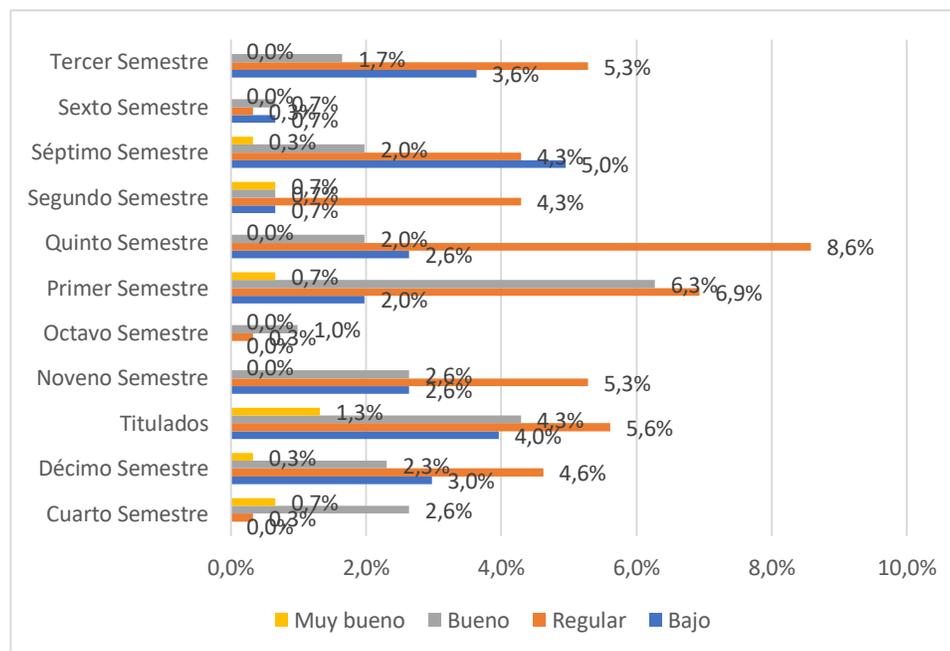
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	64.587 <sup>a</sup>	30	0.000
N de casos válidos	303		

a. 21 casillas (47.7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .16.

**Fuente.** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a los estudiantes en el 2015

El coeficiente de significancia ( $p = 0.00$ ) es menor a ( $p < 0.05$ ); por lo tanto, existe una asociación entre las variables, el semestre al que pertenece tiene un grado de influencia en la dimensión confiabilidad.

**Gráfico N°30 Dimensión Confiabilidad por semestre**



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Como se pudo observar en la dimensión de confiabilidad con relación al semestre, el 8,6% del quinto semestre y el 6,9% del primer semestre consideran que la calidad en base a la confiabilidad (Promesa, Interés, servicio, cumplimiento y esfuerzo) de la UNADA es regular. Por otro lado, el 5% del séptimo semestre consideran que la calidad de los elementos de confiabilidad es baja.

▪ **Dimensión Capacidad de respuesta**

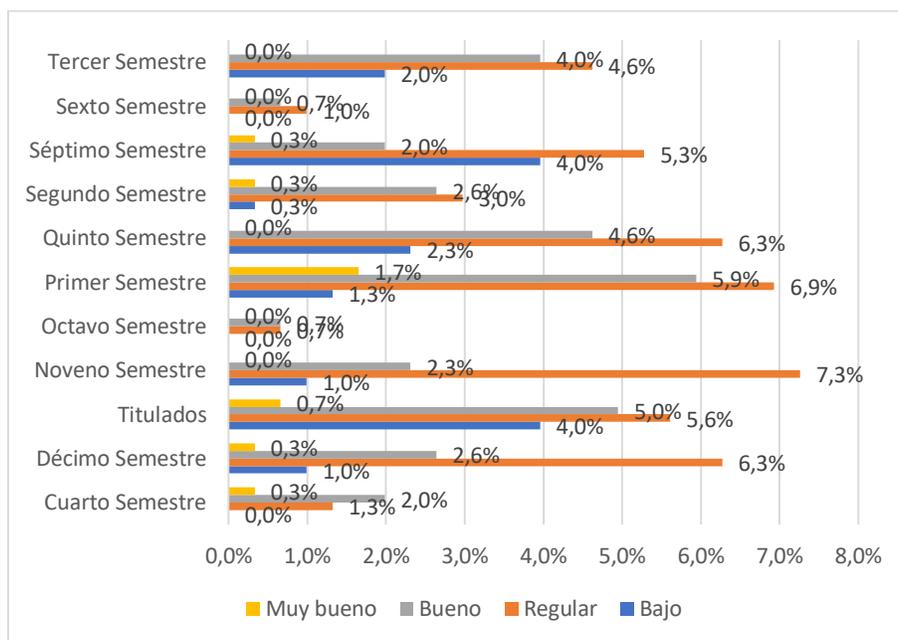
**Tabla N°9 Prueba Chi cuadrado para la dimensión capacidad de respuesta y semestre**

	Valor	G1	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	43.396 <sup>a</sup>	30	.054
N de casos válidos	303		

a. 21 casillas (47.7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .15.

**Fuente.** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a los estudiantes en el 2015

El coeficiente de significancia ( $p = 0.054$ ) es menor a ( $p < 0.05$ ); por lo tanto, no existe una asociación entre las variables, la dimensión confiabilidad tiene un grado de influencia con la variable semestre.

**Gráfico N°31 Dimensión Capacidad de Respuesta por semestre**

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Como se pudo observar en la dimensión de capacidad de respuesta con relación al semestre, el 7,3% del noveno semestre y el 6,9% del primer semestre consideran que la calidad en base a los indicadores de respuesta como ser (comunicación, puntualidad, disposición, disponibilidad, actualización de página web e información actualizada) de la UNADA es regular. Sin embargo, el 5,9% del primer semestre consideran que la calidad en la capacidad de respuesta es buena.

- **Dimensión Seguridad**

**Tabla N°10 Prueba Chi cuadrado para la dimensión seguridad y semestre**

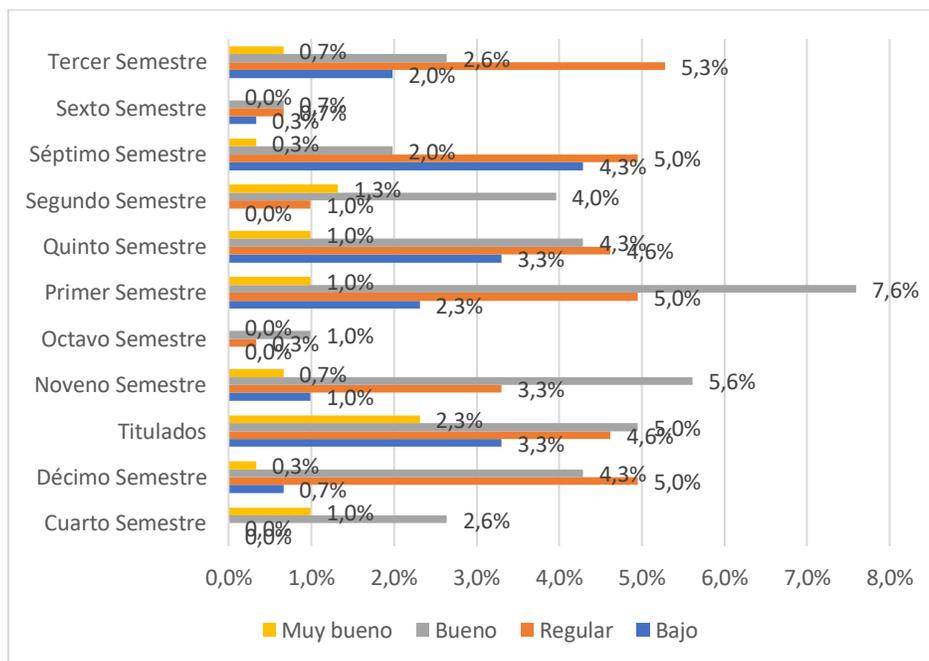
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	61.172 <sup>a</sup>	30	<.001
N de casos válidos	303		

a. 21 casillas (47.7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .34.

**Fuente.** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a los estudiantes en el 2015

El coeficiente de significancia ( $p = 0.001$ ) es menor a ( $p < 0.05$ ); por lo tanto, existe una asociación entre las variables, el semestre al que pertenece tiene un grado de influencia en la dimensión seguridad.

**Gráfico N°32 Dimensión Seguridad por semestre**



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Como se pudo observar en la dimensión de seguridad con relación al semestre, el 7,6% del primer semestre y el 5,6% de noveno semestre, consideran que la calidad en la seguridad (confianza, seguridad, amabilidad y conocimientos) de la UNADA es buena. Mientras que, el 5,3% del tercer semestre, 5% del séptimo y décimo semestre consideran que la calidad en esta dimensión es regular.

#### ▪ Dimensión Empatía

**Tabla N°11 Prueba Chi cuadrado para la dimensión empatía y semestre**

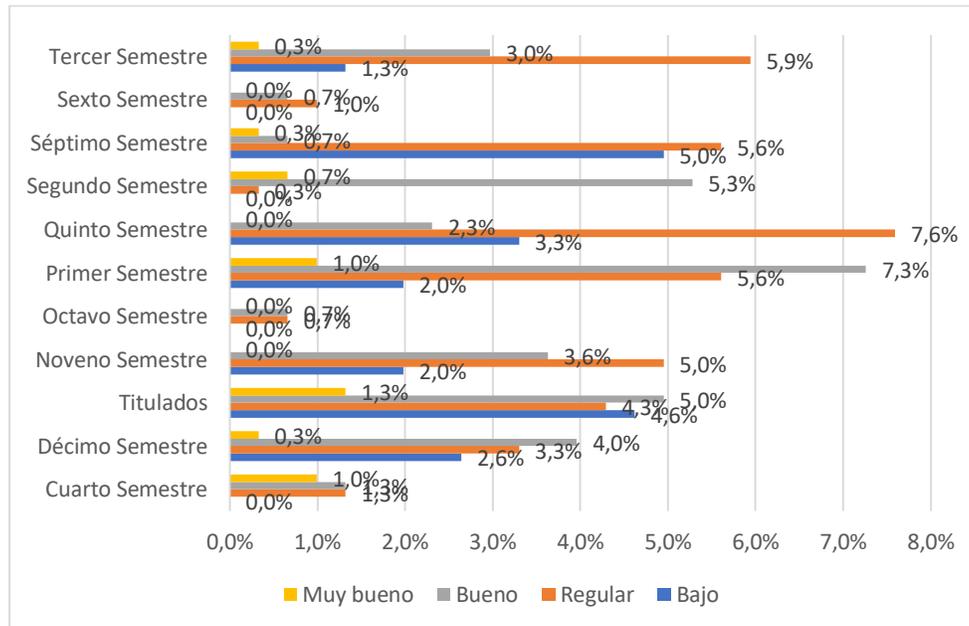
	Valor	G1	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	83.567 <sup>a</sup>	30	<.001
N de casos válidos	303		

a. 21 casillas (47.7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .20.

**Fuente.** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada a los estudiantes en el 2015

El coeficiente de significancia ( $p = 0.001$ ) es menor a ( $p < 0.05$ ); por lo tanto, existe una asociación entre las variables, el semestre al que pertenece tiene un grado de influencia en la dimensión empatía.

**Gráfico N°33 Dimensión Empatía por semestre**

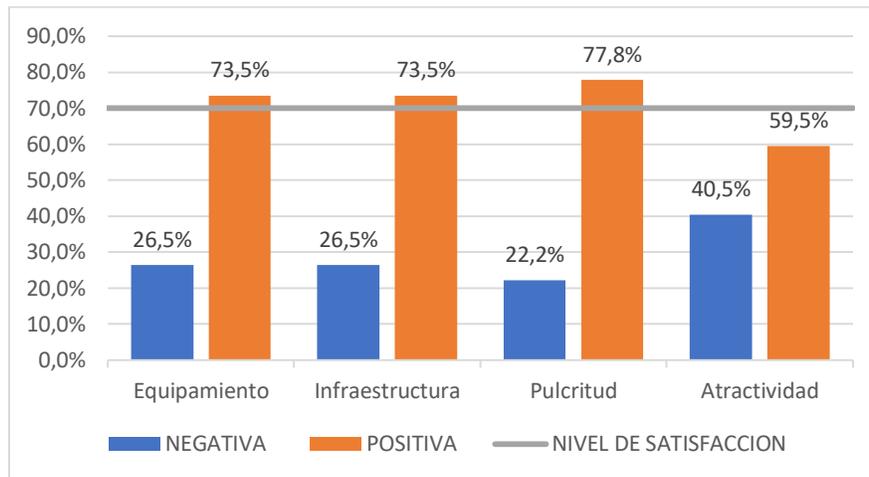


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Como se pudo observar en la dimensión de empatía con relación al semestre, el 7,6% del quinto semestre como en la mayoría consideran que la calidad en la empatía (atención personal, Flexibilidad, Preocupación y Compresión) de la UNADA es regular. Sin embargo, el 7,3% del primer semestre, 5,3% del segundo semestre y el 5% de titulados consideran que la calidad en la empatía es buena.

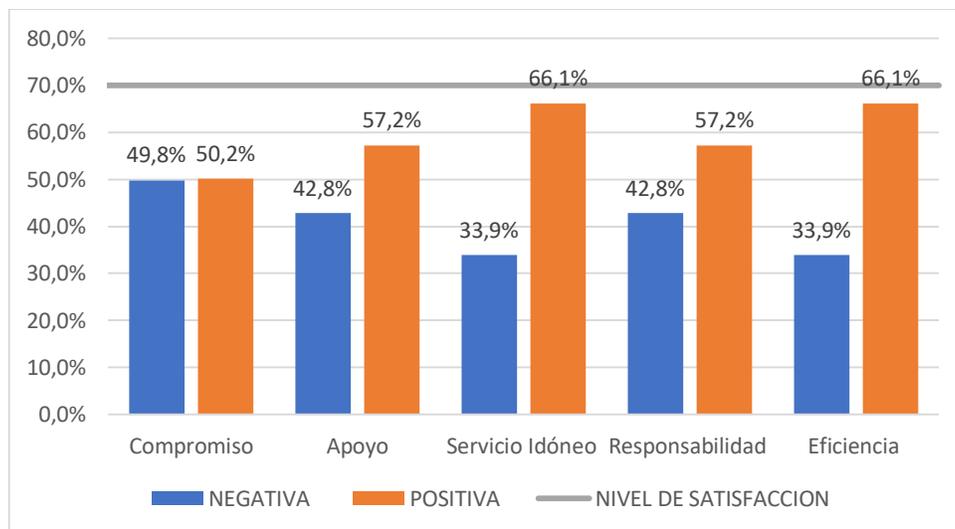
### 5.3.2. Análisis de los resultados de dimensión por tipo de usuario

- **Estudiantes**

**Gráfico N°34 Dimensión Tangibilidad Estudiantes**

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la dimensión tangibilidad, se pudo observar que los estudiantes tienen una percepción positiva sobre los indicadores Equipamiento, Infraestructura y Pulcritud; superando el nivel de satisfacción deseado del 70%. Por otro lado, los estudiantes tienen una percepción negativa sobre el indicador atractividad (atractivo visual de los trámites, documentos) con el 40.5%.

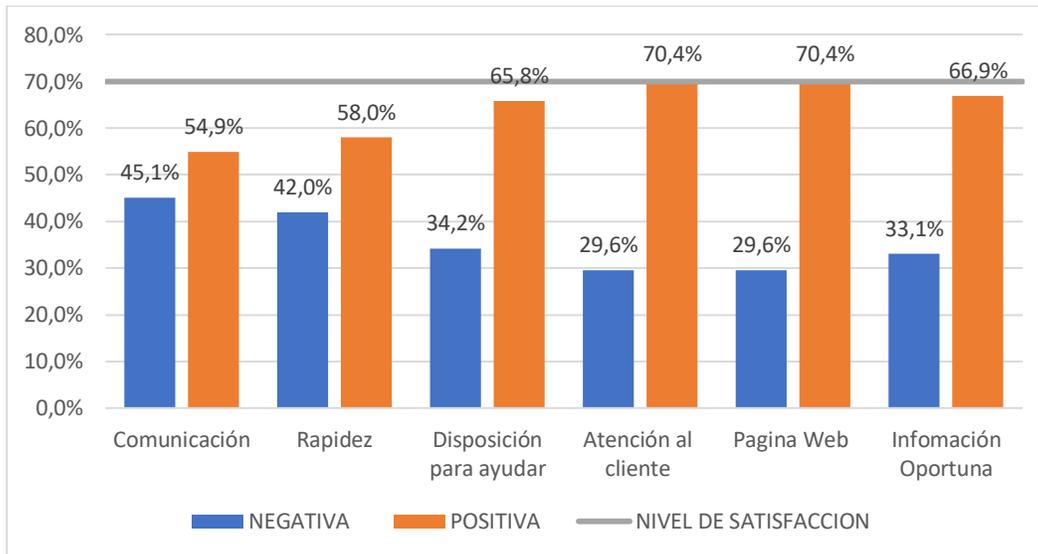
**Gráfico N°35 Dimensión Confiabilidad Estudiantes**

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la dimensión confiabilidad, se pudo observar que los estudiantes tienen una percepción positiva sobre los indicadores: Servicio idóneo y Eficiencia con un

66.1%. Sin embargo, ninguno de estos supera el nivel de satisfacción deseado del 70%. Por otro lado, la dimensión compromiso tiene una alta percepción negativa con un 49.8%.

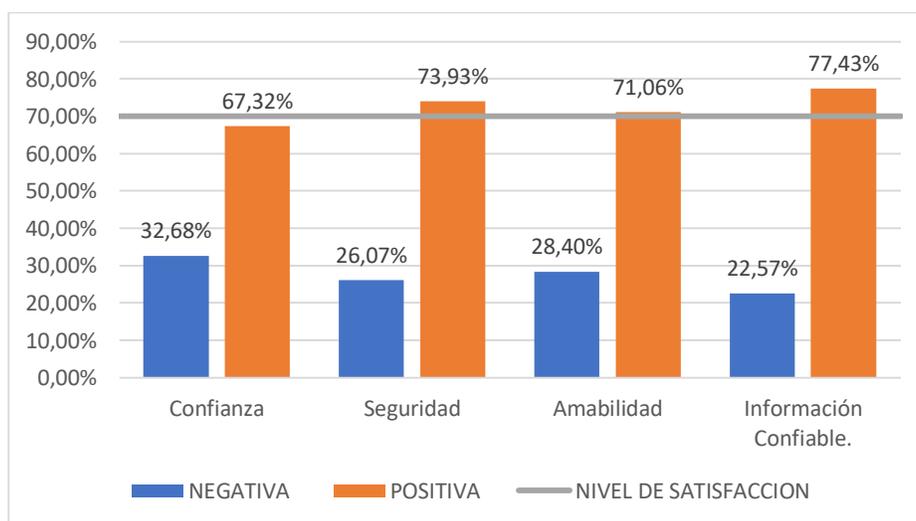
**Gráfico N°36 Dimensión Capacidad de Respuesta Estudiantes**



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la dimensión capacidad de respuesta, se pudo observar que existe una percepción positiva sobre todos los indicadores. Sin embargo, los indicadores: Información oportuna, Rapidez, y Disposición para ayudar no superan el nivel deseado de satisfacción para los estudiantes.

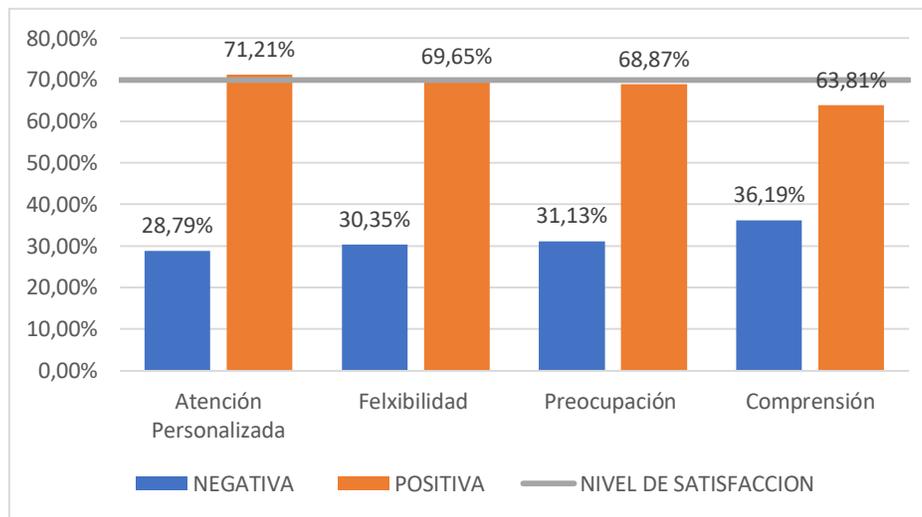
**Gráfico N°37 Dimensión Seguridad Estudiantes**



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la dimensión seguridad, se pudo observar que los cuatro indicadores tienen una percepción positiva por los estudiantes, superando un promedio del 50%. Sin embargo, el indicador de Confianza con un 67.32% no supera el nivel de satisfacción deseado.

**Gráfico N°38 Dimensión Empatía Estudiantes**

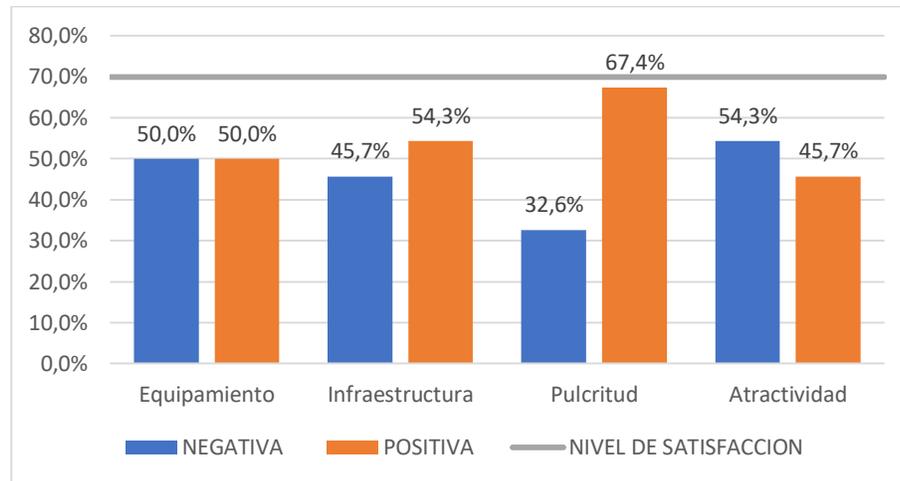


Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la dimensión empatía, se pudo observar en cuanto a las cuatro preguntas todos cuentan con una percepción positiva, pero solo los indicadores de Preocupación 68.87% y Comprensión 63.81% no alcanzan el nivel de satisfacción del 70%.

- **Titulados**

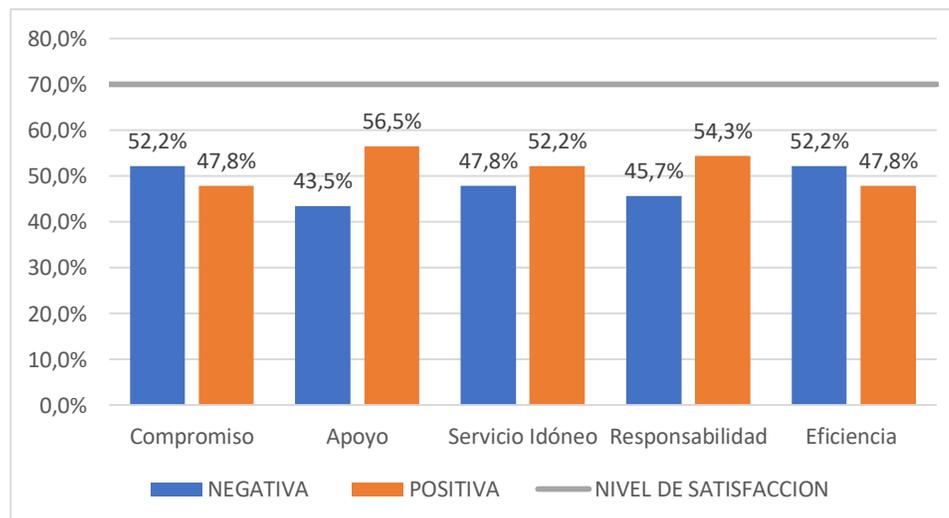
**Gráfico N°39 Dimensión Tangibilidad Titulados**



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la dimensión tangibilidad, se pudo observar que el 67.4% de los titulados de la FCEF tienen una percepción positiva sobre la apariencia del personal de la UNADA. De igual forma respecto a los indicadores de Equipamiento e Infraestructura; sin embargo, en el indicador de atractividad el 54.3% considera que los documentos emitidos por la UNADA no son visualmente atractivos, por lo que no supera el nivel de satisfacción deseado del 70%.

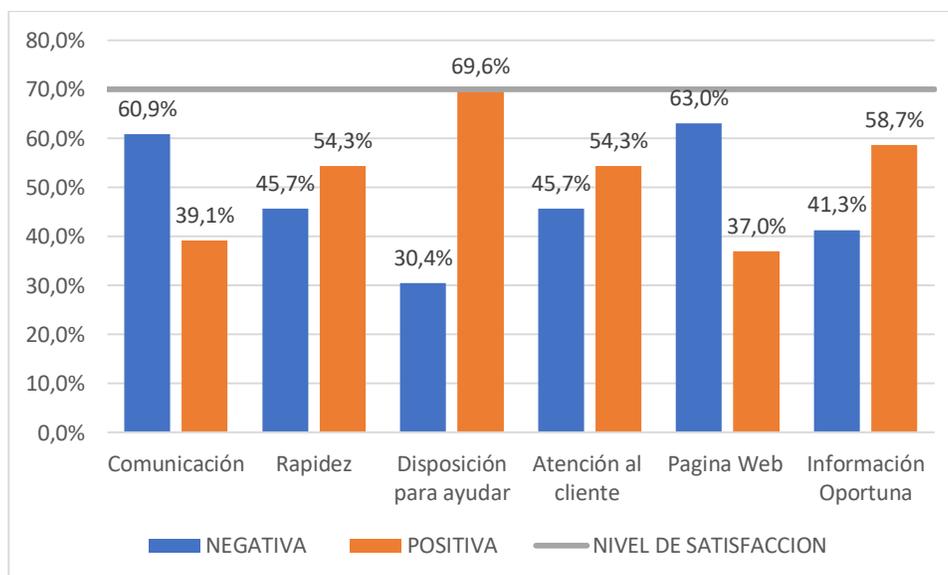
**Gráfico N°40 Dimensión Confiabilidad Titulados**



Fuente: Elaboración propia

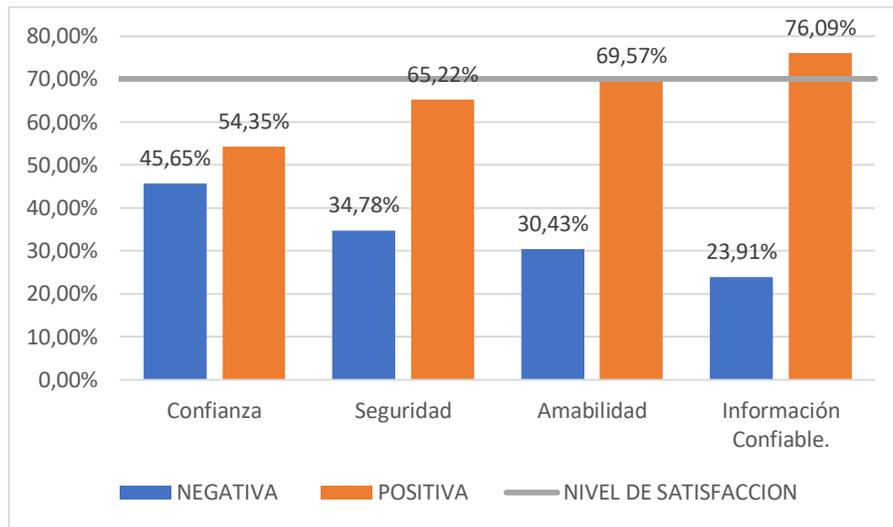
Interpretación: Respecto a la dimensión confiabilidad, se pudo observar poca variación en los resultados, de acuerdo con los indicadores de Apoyo, Servicio Idóneo y Responsabilidad la percepción de los titulados es positiva, sin mucha diferencia del resto. Mientras que los indicadores de Compromiso y Eficiencia con un total igual de 52.2% reflejan una percepción negativa por los estudiantes, indicando que cuando la UNADA le promete hacer algo en cierto tiempo no lo cumple y que cuando tienen un problema la UNADA no muestra un sincero interés en solucionarlo.

**Gráfico N°41 Dimensión Capacidad de respuesta Titulados**



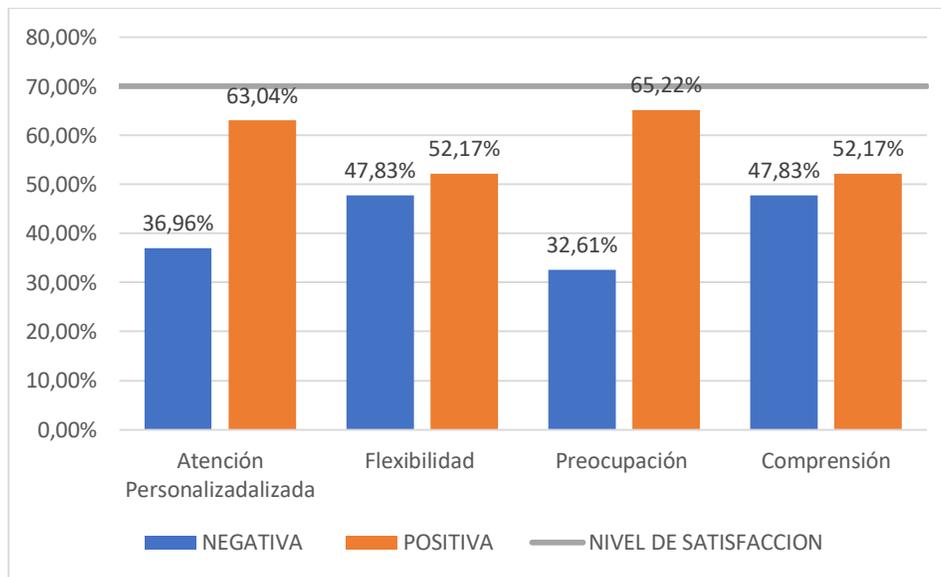
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la dimensión Capacidad de respuesta, se pudo observar que los indicadores de Rapidez, Atención al cliente e Información oportuna tienen una percepción positiva pero no satisfactoria por los titulados, con relación al nivel deseado del 70%. Mientras que el 60.9% de los titulados consideran que la UNADA no le comunica cuando concluye sus trámites y el 63% concuerda que la página web de la UNADA no cuenta con información clara, detallada y actualizada, superando así el 60% de la percepción negativa de los titulados.

**Gráfico N°42 Dimensión Seguridad Titulados**

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Respecto al gráfico de Seguridad, el 34.8% de los titulados no siente seguridad realizando sus trámites académicos en la UNADA, mientras que el 65.2% si se siente seguro, pero no dentro del nivel deseado. De igual forma, el indicador de confianza, respecto a la pregunta sobre la confianza que le inspira el personal de la UNADA con un 54.35%.

**Gráfico N°43 Dimensión Empatía Titulados**

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la Empatía, se pudo observar que los cuatro indicadores para esta dimensión responden de forma positiva pero no satisfactoria. Siendo la Atención personalizada con un 63% y la Preocupación con un 65.2% los indicadores más altos, pero no dentro del nivel de satisfacción deseado. A diferencia de la Flexibilidad y la Comprensión con un 52.2% de percepción positiva, una poca variación con respecto a la percepción negativa.

**CAPÍTULO VI**

**CONCLUSIONES Y**

**RECOMENDACIONES**

## 6.1. Conclusiones

De acuerdo a los resultados se acepta como válida la hipótesis del trabajo, la cual afirma que: La aplicación del Modelo SERVQUAL permitirá conocer y analizar la percepción de los estudiantes y titulados de la FCEF sobre la calidad del servicio académico administrativo de la UNADA durante la gestión 2023.

Los usuarios con mayor participación en la encuesta fueron los de primer y quinto semestre seguido por los titulados. Siendo este la razón por la que un mayor porcentaje acude frecuentemente a la UNADA por Información y consultas, seguido por la actualización del folder y la programación de materias.

En cuanto a las dimensiones:

Existe una percepción negativa de los titulados sobre algunos indicadores de la tangibilidad, confiabilidad y capacidad de respuesta. Sin embargo, existe una aceptación de la calidad del servicio por parte de los estudiantes, aunque no superen su nivel de satisfacción deseado.

Tanto la dimensión tangibilidad como la capacidad de respuesta, cumple con las expectativas estudiantes siendo estos los más satisfechos a diferencia de los titulados, quienes tienen problemas con la comunicación, la página web y la atractividad de los trámites.

Sin duda la confiabilidad, es una de las dimensiones más débiles pues existe una insatisfacción tanto de estudiantes como de titulados respecto al compromiso y la eficiencia de la UNADA, siendo el incumplimiento y retraso de cualquier unidad del sistema de servicios académicos administrativos los factores que disminuyen la calidad del servicio.

En la dimensión seguridad y empatía, aunque sí se transmite una imagen de honestidad y confianza a los usuarios, no cumple con sus expectativas siendo más notorio en el caso de los titulados.

De igual forma, varios de los titulados desconocen el Manual de procedimientos de trámites académicos de la página web de la Facultad, pues consideran que ésta no se encuentra con información actualizada con respecto a los trámites de la UNADA.

## 6.2.Recomendaciones

- El sector administrativo debe reconocer su importancia dentro de la estructura de servicio de educación superior que brinda la UAJMS. Asociándose a una mejora en la calidad del servicio académico administrativo que se realiza en la UNADA y reconociendo a los estudiantes y titulados como clientes principales del proceso.
- Debido al sistema administrativo complejo de la UAJMS, donde algunas actividades se encuentran centralizadas y otras dependen de las unidades académicas, se recomienda mejorar el sistema de control y seguimiento de los trámites académicos administrativos, en base al cumplimiento obligatorio de la Normativa vigente de nuestra Superior Casa de Estudios, con el propósito de minimizar los errores del servicio administrativo.
- Asimismo, se recomienda diseñar un programa de capacitación que analice por separado las estrategias necesarias para mejorar cada una de las dimensiones del Modelo Servqual y de esta forma mejorar la calidad de los servicios académicos administrativos de nuestra universidad.
- Se recomienda a la institución realizar la socialización del Manual de Procedimientos de Trámites Académicos como también la sección de trámites de la Página web de la FCEF, por parte de autoridades y estudiantes, a fin de impulsar el conocimiento sobre los servicios académicos administrativos que realizan las UNADAS.
- Por último, se recomienda utilizar esta información como una oportunidad de mejora en los sistemas de prestación de servicios universitarios, con el objetivo de brindar un servicio acorde a los estándares de la calidad.