



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE QUINTANA ROO

DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y MERCADOTECNIA

---

**LA SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS  
ADMINISTRATIVOS ENTRE LOS  
ESTUDIANTES DEL CAMPUS COZUMEL,  
DURANTE EL CICLO VERANO 2022**

---

TESIS

PARA OBTENER EL GRADO DE

**LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS**

PRESENTA

**ALUMNO: MARÍA DOMINGA CANTO KOO**

DIRECTOR DE TESIS

**OSCAR MARTINEZ GONZÁLEZ**

ASESORES

**RAFAEL GONZÁLEZ PLASCENCIA**

**ALFREDO TAPIA CARRETO**





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE QUINTANA ROO

DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y MERCADOTECNIA

TESIS ELABORADA BAJO LA SUPERVISIÓN DEL  
COMITÉ DE TESIS DEL PROGRAMA DE  
LICENCIATURA Y APROBADA COMO REQUISITO  
PARA OBTENER EL GRADO DE:

## LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS

COMITÉ DE TESIS



DIRECTOR: OSCAR MARTÍNEZ GONZÁLEZ

ASESOR: RAFAEL GONZÁLEZ PLASCENCIA

ASESOR: ALFREDO TAPIA CARRETO



COZUMEL, QUINTANA ROO, MÉXICO, JUNIO DE 2023

## **Agradecimientos**

Al llegar al final del camino de una etapa de fortalecimiento solo me queda decir muchas gracias.

Fue un proceso de experiencias, como también de haber conocido gente amable y empática. Quiero agradecer a mis docentes y director de tesis, por confiar y enseñarme que las metas sí se pueden alcanzar, a sus consejos y asesorías que he guardado como parte de la experiencia.

Quiero aprovechar esta oportunidad para expresar mi más sincero agradecimiento a la persona que ha sido mi principal fuente de apoyo a lo largo de este camino. Ha sido un faro de inspiración y me ha enseñado que, sin importar las circunstancias, se pueden lograr metas sin excusas. No puedo dejar de mencionar a mi hija Dayana, quien desde el principio hasta el final ha sido mi mayor motivación para seguir adelante. Agradezco también a mis padres, hermana, a mis suegros y a mi pareja.

Finalmente doy las gracias a la Universidad por las experiencias y enseñanza , agradeciendo a las personas que confiaron y me brindaron sus buenos consejos.

## Índice

<b>Resumen .....</b>	<b>13</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>14</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>15</b>
<b>Capítulo 1 Planteamiento del Problema .....</b>	<b>16</b>
Antecedentes .....	18
<i>Investigaciones sobre satisfacción de servicios estudiantiles a nivel internacional.</i> .....	18
<i>Investigaciones sobre satisfacción de servicios estudiantiles a nivel nacional.....</i>	21
<i>La experiencia universitaria durante la pandemia.....</i>	22
Definición del problema. ....	24
Preguntas de investigación.....	25
<i>Pregunta central .....</i>	25
<i>Preguntas secundarias.....</i>	25
Objetivos .....	25
<i>Objetivo general .....</i>	25
<i>Objetivos específicos.....</i>	25
Hipótesis o supuestos .....	25
Justificación .....	26
<b>Capítulo 2 Marco Teórico y Conceptual.....</b>	<b>27</b>
Satisfacción .....	28
Satisfacción del estudiante .....	30

La importancia de la satisfacción.....	32
Calidad. ....	33
Calidad en el servicio .....	33
Características de los servicios .....	34
Calidad del servicio enfocado a la satisfacción. ....	35
La medición sobre el cliente (usuario).....	36
Escala Likert .....	37
El modelo de brechas del servicio .....	37
<i>Brechas en el servicio</i> .....	38
Modelo de brechas de la calidad del servicio. ....	39
Modelo SERVQUAL .....	40
<i>Dimensiones del modelo SERVQUAL</i> .....	40
El modelo de las brechas de Calidad en los servicios aplicado a las instituciones de educación superior. ....	41
<b>Capítulo 3 Diseño de la Investigación y Metodología .....</b>	<b>42</b>
Tipo de investigación .....	43
Alcance de la investigación .....	43
Diseño de la investigación .....	44
Técnicas de investigación .....	44
Herramientas e Instrumentos de investigación .....	44
Fases de la investigación.....	46

Diseño muestral.....	46
<i>Población o universo muestral</i> .....	46
<i>Tipo de muestreo</i> .....	47
<i>Muestra</i> .....	47
<i>Prueba piloto</i> .....	47
<i>Participantes</i> .....	48
Delimitaciones .....	48
<i>Espacial</i> .....	48
<i>Temporal</i> .....	48
Unidad de análisis .....	48
Categorización de variables .....	49
Categorización e variables .....	51
<i>Operacionalización de las Variables</i> .....	52
Reporte de campo.....	55
Matriz de congruencia de la investigación .....	56
Resumen metodológico.....	58
<b>Capítulo 4 Análisis de Resultados.....</b>	<b>59</b>
Datos demográficos.....	59
Satisfacción de los servicios bibliotecarios .....	62
<i>Percepción de la confiabilidad de los servicios bibliotecarios</i> .....	63
<i>Percepción de la empatía de los servicios bibliotecarios</i> .....	64
<i>Percepción de la tangibilidad de los servicios bibliotecarios</i> .....	64

<i>Percepción de la seguridad de los servicios bibliotecarios.</i> .....	65
<i>Percepción de la capacidad de respuesta de los servicios bibliotecarios</i> .....	66
Satisfacción de los servicios de control escolar.....	66
<i>Percepción de la confiabilidad de los servicios de control escolar</i> .....	67
<i>Percepción de empatía de los servicios de control escolar</i> .....	67
<i>Percepción de tangibilidad de los servicios control escolar</i> .....	68
<i>Percepción de seguridad de los servicios de control escolar</i> .....	69
<i>Percepción de la capacidad de respuesta de los servicios de control escolar</i> .....	69
Satisfacción de los servicios estudiantil.....	70
<i>Percepción de la confiabilidad de los servicios estudiantil.</i> .....	71
<i>Percepción de empatía de los servicios estudiantil.</i> .....	72
<i>Percepción de tangibilidad de los servicios estudiantil.</i> .....	73
<i>Percepción de seguridad de los servicios estudiantil</i> .....	74
<i>Percepción de la capacidad de respuesta de los servicios estudiantil</i> .....	75
Satisfacción de los servicios de cultura y deporte. ....	76
<i>Percepción de la confiabilidad de los servicios de cultura y deporte.</i> .....	78
<i>Percepción de empatía de los servicios de cultura y deporte</i> .....	79
<i>Percepción de tangibilidad de los servicios de cultura y deporte</i> .....	80
<i>Percepción de seguridad de los servicios de cultura y deporte.</i> .....	80
<i>Percepción de la capacidad de respuesta de los servicios de cultura y deporte</i> .....	81
<b>Capítulo 5 Discusiones y Conclusiones</b> .....	<b>84</b>
Discusiones .....	84
Limitaciones.....	86
Recomendaciones.....	87

Conclusiones.....	89
<b>Referencias.....</b>	<b>91</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>96</b>

<b>Tabla 1</b> Confiabilidad atreves de alfa de Cronbach.....	48
<b>Tabla 2</b> Categorización de las variables utilizadas para esta investigación.....	51
<b>Tabla 3</b> Variables operacionales.....	52
<b>Tabla 4</b> Matriz de congruencia de la investigación.....	56
<b>Tabla 5</b> Resumen del diseño metodológico de la investigación.....	58
<b>Tabla 6</b> Edad de la muestra.....	59
<b>Tabla 7</b> Distribución de frecuencia y porcentaje de las carreras de los de los estudiantes encuestados.....	60
<b>Tabla 8</b> Satisfacción general de los servicios bibliotecarios.....	63
<b>Tabla 9</b> Frecuencias y porcentajes de la percepción de la confiabilidad de los servicios bibliotecarios.....	63
<b>Tabla 10</b> Frecuencia y porcentaje de la percepción de la dimensión sobre empatía de los servicios bibliotecarios.....	64
<b>Tabla 11</b> Frecuencia y porcentaje de la percepción de Tangibilidad de los servicios bibliotecarios.....	65
<b>Tabla 12</b> Frecuencia y porcentaje de la percepción sobre la seguridad de los servicios bibliotecarios.....	65
<b>Tabla 13</b> Frecuencias y porcentaje sobre la percepción de capacidad de respuesta de los servicios bibliotecarios.....	66
<b>Tabla 14</b> Satisfacción general en frecuencias y porcentajes de los servicios de control escolar.....	67
<b>Tabla 15</b> Frecuencias y porcentajes sobre la percepción de confiabilidad de los servicios de control escolar.....	67
<b>Tabla 16</b> Frecuencias y porcentajes de la percepción sobre la empatía de los servicios de control escolar.....	68
<b>Tabla 17</b> Frecuencias y porcentaje de la percepción de Tangibilidad de los servicios de control escolar.....	68
<b>Tabla 18</b> Frecuencias y porcentajes de la percepción de los servicios de control escolar..	69
<b>Tabla 19</b> Frecuencia y porcentaje de la percepción sobre la capacidad de respuesta de los servicios de control escolar.....	70
<b>Tabla 20</b> Frecuencia y porcentajes de la percepción sobre la confiabilidad de los servicios estudiantil.....	72

<b>Tabla 21</b> Frecuencia y porcentajes de la percepción de empatía sobre el servicio estudiantil .....	72
<b>Tabla 22</b> Frecuencias y porcentajes de la percepción de la tangibilidad de los servicios estudiantil .....	74
<b>Tabla 23</b> Frecuencia y porcentaje de la percepción de seguridad de los servicios estudiantil .....	75
<b>Tabla 24</b> Frecuencia y porcentajes de la percepción de capacidad de respuesta de los servicios estudiantiles.....	76
<b>Tabla 25</b> Satisfacción general en frecuencias y porcentajes de los servicios de cultura y deporte. ....	78
<b>Tabla 26</b> Frecuencia y porcentaje sobre a percepción de la dimensión de confiabilidad de los servicios de cultura y deporte. ....	79
<b>Tabla 27</b> Frecuencias y porcentajes de la percepción de la dimension de empatia de los servicios de cultura y deporte .....	79
<b>Tabla 28</b> Frecuencias y porcentajes sobre la percepción de la dimensión de tangibilidad de los servicios de cultura y deporte .....	80
<b>Tabla 29</b> Frecuencias y porcentajes sobre la percepción de la dimensión de seguridad en los servicios de cultura y deporte .....	80
<b>Tabla 30</b> Frecuencia y porcentajes de la percepción de la dimensión de capacidad de respuesta de los servicios de cultura y deporte.....	81
<b>Tabla 31</b> Comparación de frecuencias y porcentajes de las áreas investigadas que tienen mayor satisfacción entre los alumnos del campus Cozumel .....	82
<b>Tabla 32</b> Comparación general de los servicios administrativos que tienen mayor inconformidad entre los alumnos del campus Cozumel.....	83

### Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Modelo de las brechas de servicio .....	39
<b>Figura 2</b> Nivel de satisfacción.....	45
<b>Figura 3</b> Porcentajes de los participantes según el sexo.....	61
<b>Figura 4</b> Porcentajes general de los semestres en los que se encontraban los alumnos durante el ciclo de verano.....	62
<b>Figura 5</b> Satisfacción general en porcentajes de los servicios estudiantiles.....	71



## Resumen

El nivel de satisfacción de un grupo de personas determina el grado de satisfacción respecto a un bien o servicio. El objetivo de la presente investigación es conocer el nivel de satisfacción de las áreas de servicios administrativos durante el ciclo de verano de 2022. Para ello, se encuestó a 127 alumnos de diferentes carreras que se encontraban cursando clases durante dicho periodo. El enfoque de la investigación fue descriptivo, explicativo y cuantitativo, utilizando un diseño temporal de corte transversal. Se empleó una técnica de estudio mediante una encuesta en línea y presencial, utilizando el modelo SERVQUAL, el cual consta de cinco dimensiones, para evaluar las áreas que tienen una mayor relevancia para los estudiantes universitarios. Se utilizó una escala Likert para medir la satisfacción, y se empleó una muestra no probabilística convencional. Durante la investigación, se encontraron estudios realizados por otras instituciones que se enfocaron en evaluar la satisfacción de los estudiantes durante la pandemia. Asimismo, se evaluaron diversas dimensiones de calidad del servicio con el fin de determinar el grado de satisfacción o insatisfacción en esta investigación. Las instituciones suelen utilizar con frecuencia escalas Likert como un método confiable de evaluación. Como resultado de la investigación, se identificó que el área de biblioteca es percibida como la que genera mayor satisfacción entre los alumnos, a diferencia del área de cultura y deporte, que obtuvo una mayor tasa de insatisfacción. También se identificaron las áreas en las que se pueden realizar mejoras, con el propósito de que futuras investigaciones profundicen en posibles aspectos de mejora. Es fundamental proporcionar a los estudiantes información más frecuente sobre las funciones de cada área, con el fin de orientarlos y familiarizarlos mejor con ellas.

*Palabras clave:* Investigación de mercados, Satisfacción, Servicios administrativos.

## **Abstract**

The level of satisfaction of a group of people determines the degree of satisfaction with respect to a good or service. The objective of this research is to find out the level of satisfaction of the administrative services areas during the summer cycle of 2022. To do this, 127 students from different careers who were taking classes during said period were surveyed. The research approach was descriptive, explanatory, and quantitative, using a cross-sectional temporal design. A study technique was used through an online and face-to-face survey, using the SERVQUAL model, which consists of five dimensions, to evaluate the areas that are most relevant for university students. A Likert scale was used to measure satisfaction, and a conventional non-probabilistic sample was used. During the investigation, studies conducted by other institutions were found that focused on evaluating student satisfaction during the pandemic. Likewise, various dimensions of service quality were evaluated to determine the degree of satisfaction or dissatisfaction in this investigation. Institutions frequently use Likert scales as a reliable method of evaluation. As a result of the investigation, it was identified that the library area is perceived as the one that generates the greatest satisfaction among students, unlike the culture and sports area, which obtained a higher rate of dissatisfaction. The areas in which improvements can be made were also identified, with the purpose of future research to delve into aspects of improvement. It is essential to provide students with more frequent information on the functions of each area, to better guide and familiarize them with them.

*Keywords:* Market research, Satisfaction, Administrative services.

## **Introducción**

Se llevó a cabo una investigación en el municipio de Cozumel, Quintana Roo, con el propósito de evaluar la satisfacción de los universitarios con respecto a los servicios administrativos del campus durante el ciclo verano de 2022. El estudio, de tipo transversal, se enfocó en tres aspectos principales: el trato recibido por el personal, la calidad de la atención brindada y el tiempo de respuesta a las solicitudes de los estudiantes.

Según Martínez Luis et ál. (2020), la educación superior debe ser considerada como una industria de servicio cuyo objetivo es satisfacer las necesidades y expectativas de sus estudiantes o clientes. En este sentido, es esencial que los servicios administrativos de la institución brinden una experiencia satisfactoria a los universitarios, lo que a su vez puede mejorar su aprendizaje y su estancia en la universidad.

En el caso del campus Cozumel, se había detectado previamente una insatisfacción por parte de los estudiantes con respecto a los servicios administrativos. Por tanto, la presente investigación tuvo como objetivo determinar el grado de satisfacción de los universitarios con dichos servicios. Se espera que los resultados obtenidos contribuyan a mejorar la calidad de los servicios administrativos de la universidad y, por ende, a satisfacer las necesidades de los estudiantes.

# **Capítulo 1**

## **Planteamiento del Problema**

La Universidad de Quintana Roo, Campus Cozumel promueve la calidad y el servicio que brinda a sus estudiantes (Campus Cozumel- Universidad de Quintana Roo, s.f.). Los estudiantes universitarios son el futuro de la sociedad, por ende, adquieren el conocimiento y la práctica al estudiar una licenciatura para superarse personal y laboralmente. Además, durante sus estudios universitarios, los alumnos conocen las áreas administrativas por consiguiente empiezan a conocer los requisitos de solicitudes que acuden en las áreas administrativas por lo tanto enfrentan el largo proceso de espera en las solicitudes del desarrollo de su carrera y posteriormente el certificado y titulación etc.

A causa de la pandemia, las escuelas empezaron a realizar estrategias para seguir los ciclos escolares en modo virtual mientras que las restricciones de las actividades presenciales estuvieran vigentes.

A consecuencia de lo sucedido, los estudiantes de la Universidad de Quintana Roo, campus Cozumel manifestaron diferentes inconformidades de los servicios administrativos, pero no se ha determinado el grado de inconformidad, ni qué áreas son las que presentan puntos de mejora.

Cabe señalar que la Universidad de Quintana Roo tiene como finalidad brindar los mejores servicios educativos a los jóvenes, autoevaluando la calidad y satisfacción de cada servicio; también permite impartir educación en los niveles de licenciatura, posgrado, entre cursos de actualización y especialización así atendiendo todas las demandas de Quintana Roo (Universidad de Quintana Roo, s.f., pág. 1).

Además, la Universidad de Quintana Roo, menciona que: “El 100% de los procesos académicos-administrativos están certificados mediante la norma ISO 9001:2000, lo que garantiza su calidad y la satisfacción de nuestros usuarios” (Universidad de Quintana Roo, s.f., pág. 1) .

Es por eso por lo que se plantea la pregunta de investigación, ¿Cuál el grado de satisfacción de los estudiantes de Cozumel sobre los diferentes servicios administrativos de la Universidad Campus Cozumel durante el ciclo verano 2022?

## **Antecedentes**

La satisfacción del estudiante es un tema importante para investigar debido que permite determinar la calidad del servicio que brinda la institución receptora, por ende, las universidades están coordinados a elaborar encuestas sobre los servicios que se otorga, así asimismo en encuestas evaluando a los docentes. En resumen, en la universidad de Quintana Roo las líneas de investigación de tesis sobre el tema abordado existen líneas alternas sobre tema de la satisfacción ya que es un punto importante saber lo que piensan y sientan los universitarios, el motivo de las investigaciones que realizan la institución, los docentes, los rectores y entre ellos los alumnos, es una manera de aportar información de puntos de mejora para cada área, instalaciones, capacitación laboral.

### ***Investigaciones sobre satisfacción de servicios estudiantiles a nivel internacional.***

En un estudio internacional de la satisfacción del estudiante con dimensiones en servicio institucional, el respeto y profesionalismo con indicadores bienestar estudiantil y personal administrativo reflejan lo siguiente:

La dimensión del servicio institucional es importante y debe mejorarse para brindar un mejor servicio ya que un 21.64% son alumnos insatisfechos (Álvarez Botello et al., 2015, p. 252).

Por otra parte, “la dimensión personal administrativo con un 33 % de satisfacción y el 15 % insatisfacción”(Álvarez Botello et al., 2015, p. 250) .

Con efecto se afirma para alcanzar la satisfacción del estudiante universitario se tiene que brindar un servicio de calidad de la institución receptora. Así mismo Zambrano R. et al., (2019) menciona que: el valor agregado que tiene las instituciones, son aquellos servicios explícitos e implícito que dan de importancia para evaluación de satisfacción de confiabilidad. Por lo que se refiere la evaluación sobre la satisfacción es la clave y centro de

atención y preocupación de los responsables del modelo educativo que se dedican a estudiar el comportamiento de los estudiantes así también los encargados de evaluar la calidad del servicio de las instituciones que sean eficientes en su labor.

Es por lo que, para entender al estudiante sobre sus necesidades y deseos, el usuario tiene una perspectiva del servicio que va a recibir, y después de su experiencia evalúa si fue de su agrado o desagrado.

En cuando a la percepción con la satisfacción Bustamante et al., (2019) hace énfasis a los modelos de brechas de servicio y SEVQUAL como estructura de evaluación en base a la percepción que reciben los clientes en su entorno del servicio.

En respecto a la percepción es un elemento importante de las sensaciones que percibimos al adquirir un servicio, ya que se puede determinar si se obtuvo el beneficio deseado.

Así mismo (Solomon Michael R., 2013, p. 45) dice que: la percepción es un proceso de tres etapas que da significado a estímulos neutrales. Por lo que se añade sensaciones que dan significado a estos estímulos, en resumen, el consumidor tiene mayor deseo de adquirir un servicio con valor hedonistas por ende escoge a través de su percepción. La atención a la interpretación del consumidor percibe antes de utilizar el servicio también tiene la capacidad de evaluar un antes y un después del servicio, por ejemplo, el olor en una cafetera se percibe si es agradable el lugar, pero puede tener una atención no muy buena.

Otros ejemplos de percepciones sensoriales son las siguientes: la atención de la vista de una tienda de ropa, hasta el ruido de un restaurante karaoke, por la música y el ruido se puede sacar perspectivas de los lugares, todo esto se asocia a lo que se percibe al recibir un servicio por lo cual se crea expectativas.

Por otro lado, en instituciones de Colombia hacen referencia que la calidad educativa tiene mucha importancia para satisfacer los deseos de los alumnos sin embargo la educación que imparte los profesores y las áreas de infraestructura también es sumamente importante ya que sin un área adecuado puede afectar el rendimiento de los alumnos, es por ello por lo que la satisfacción se puede evaluar en diferentes formas

Bernate et al., (2020) reafirma que: “las Universidades necesitan un sistema de evaluación y acreditación que les permita participar proceso de activamente en la globalización académica.

Como anteriormente mencionado se necesita una evaluación para proceder en conocer la satisfacción de alumnado para esto en algunas instituciones realizan la escala de satisfacción académica, Montes (2020), es una mediciones de opiniones a través de varios ítems y puntuaciones, englobando concepto psicológico e indicador de calidad educativa. Para Vergara-Morales et al., (2018) la satisfacción académica se vincula con la calidad del servicio y el bienestar psicológico de modo que tienen la misma intención. Básicamente la perspectiva psicológica y de calidad determina su nivel de satisfacción académica con su experiencia.

Otro estudio realizado a los estudiantes de medicina en Chile sobre la confiabilidad de las encuestas sobre la satisfacción, hace énfasis que la satisfacción, está centrado al bienestar psicológica, experiencia pasadas y experiencias características seguido con indicadores sobre social, infraestructura y plan de estudio (Inzunza Melo et al., 2015, pp. 75-80). La razón es que la satisfacción se puede medir en diferentes aspectos y dimensiones como anteriormente mencionado, entre las dimensiones sociales, de infraestructura y plan de estudio se obtiene diferentes resultados y evaluaciones de que podría estar con las mejores instalaciones, pero el servicio y la experiencia sea insatisfecho y desagradable, estos

indicadores son lo más indispensables para una evaluación que llevan como resultado un instrumento viable.

### ***Investigaciones sobre satisfacción de servicios estudiantiles a nivel nacional***

La evaluación de la satisfacción en el ámbito universitario se evalúa a través de las opiniones de los alumnos, por lo que las instituciones buscan oportunidades de mejorar en el ámbito personal y física para brindar un excelente servicio.

La mejor comunicación y la forma de expresarse satisfactoriamente por haber obtenido algún servicio es a través de boca en boca, por ende” el estudiante influye con seleccionar o desertar a las instituciones pensando en sus necesidades y preferencias evaluando las instalaciones y el personal” (Santos, 2016, pág. 90) .

Como se menciona podemos identificar que la satisfacción de los estudiantes es cubrir sus necesidades y requerimiento durante su estadía pero para cubrir esa necesidad antes tiene que haber seleccionado la institución a estudiar, los alumnos buscan entre diferentes instituciones en base a sus requerimientos y lo seleccionan al ingresar vuelven a evaluar su satisfacción de los servicios brindados entonces las Universidad evalúan la satisfacción de los estudiantes en diferentes dimensiones y en base a los resultados toman decisiones.

Existen cinco pilares institucionales de retención el primero es la comunicación, seguidamente la investigación, colaboración, la interacción y la capacitación (Sánchez Quintero, 2018, p.73).

Estos pilares cumplen un papel fundamental en la retención y permanencia de los estudiantes a lo largo de su carrera profesional, es indispensable tener la comunicación con los estudiantes y una capacitación del personal que beneficia a ambas partes al indagar

en investigaciones sobre el grado de satisfacción y evaluar a los estudiantes se busca realizar estrategias para mantenerlos satisfechos en las instituciones de su elección.

### ***La experiencia universitaria durante la pandemia***

Durante el brote de coronavirus COVID-19 nadie se imaginó la magnitud del virus que causaría muertes y cierre total de empresas en todo el mundo incluyendo la cuarentena o conocido también como el toque de queda en todos los países.

Según en el Diario Oficial de la Federación, (DOF, 2020) anunció el cierre total de todas las instituciones dependientes de la Secretaría de Educación Pública, abarcando las escuelas de nivel preescolar hasta nivel superior.

Ante el cierre de estas instituciones académicas y empresas se suspendió labores y se tuvo que reprogramar actividades a larga distancia participando la secretaria de educación pública para brindar estrategias de aprendizaje en la modalidad a distancia con el fin de no perjudicar la educación.

Además, los modelos educativos que se implementaron en diferentes escuelas, tomando en cuenta la estabilidad y el alcance de las herramientas de cada alumno, es por ello por lo que se obtuvo todo de manera virtual utilizando plataformas que les permitan poder conectarse y entregar sus tareas de diferentes formas. Es por ello que la percepción del alumnado es punto clave para identificar su perspectiva de los servicios virtuales en general, para Bizarro et al., (2022) no todas las escuelas estuvieron preparadas para brindar un servicio virtual, por lo que surgen investigaciones respecto a la satisfacción del alumnado.

Por ejemplo un estudio de Implemented & Percep, (2022) , no tuvieron inconvenientes en la formación académica ya que se demostró que los estudiantes extrañan

la convivencia, y como resultado la institución optaron por retroalimentarse, escuchar, y evaluar para brindar un servicio eficiente y de calidad.

Otro caso durante la pandemia en la Universidad de Nuevo León, se demostró que la confianza es una variante muy importante para el entorno del alumno y la institución durante la pandemia (Cantú Martínez, 2021, p.97-98).

Por otra parte, no para todas las instituciones fueron servicios satisfactorios, derribado que muchas familias no cuentan con la economía para la conexión de internet y dispositivos adecuados.

A raíz del paro de las actividades económicas derivado de la pandemia, algunos estudiantes, se quedaron sin empleo, provocando que las instituciones de educación realizaran investigaciones de mercado para determinar el nivel de satisfacción de sus alumnos y buscar maneras de mantener su matrícula a pesar de las dificultades que presentaba.

Como es el caso de investigación de línea Cárdenas & Antonio, (2022), demostró que estudiantes tuvieron dificultades en concentrarse y aprender, por los siguientes motivos: cierre de empleos, falta de computadoras, fallas por el internet., De igual manera el estrés es un tema alarmante que afecta psicológicamente, va perjudicando el rendimiento de los docentes y alumnos, a causa de la presión que tienen en entregar sus tareas a tiempo así como los docentes en tener su clase lista y también atender a su familia en casa,(González Velázquez, 2012).

Por lo tanto, es claro que la satisfacción de los servicios con los estudiantes es un tema que debe ser analizado continuamente, que permite identificar el mejoramiento de cada área y brindar un servicio de calidad continuo, y ayudando de diferentes maneras a los estudiantes para que sigan con su formación académica.

## **Definición del problema.**

La calidad en el servicio de las escuelas públicas es evaluada en diferentes dimensiones e indicadores para evaluar la calidad del servicio que brindan.

Por otro lado, la Universidad de Quintana Roo tuvo que adaptarse a la nueva modalidad virtual, manejando todas las clases de manera virtual y los servicios administrativos. Sin embargo, no justifica que antes de la pandemia no hubiera algún problema o tardanza en las áreas administrativas.

Durante el periodo de verano 2021 han surgido desacuerdos de los servicios administrativos del campus Cozumel, los alumnos de la Universidad manifiestan inconformidades, pero no se sabe en qué áreas para poder mejorar y brindar una atención favorable para que el usuario este satisfecho. Las consecuencias por las inconformidades de los alumnos se estresan, no se concentran en sus actividades y se supone que el proceso de las áreas es lento.

Dicho lo anterior, se pretende responder la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál fue el grado de satisfacción de los estudiantes del campus Cozumel con relación al área administrativa durante el verano del 2022?

## **Preguntas de investigación**

### ***Pregunta central***

¿Cuál fue el grado de satisfacción de los estudiantes de Cozumel sobre los diferentes servicios administrativos en Cozumel durante el ciclo verano 2022?

### ***Preguntas secundarias***

- ¿Cuál es el grado de satisfacción de cada una de las áreas administrativas?
- ¿Cuáles son las áreas que tienen mayor inconformidad los alumnos del campus Cozumel?

## **Objetivos**

### ***Objetivo general***

Determinar el grado de satisfacción de los estudiantes de Cozumel sobre los diferentes servicios administrativos en Cozumel durante el ciclo verano 2022.

### ***Objetivos específicos***

- Determinar la satisfacción de cada una de las áreas con las que el estudiante tiene contacto.
- Identificar las áreas que tienen mayor inconformidad los alumnos del campus Cozumel.

## **Hipótesis o supuestos**

Los alumnos de la Universidad campos Cozumel señalan que no están satisfechos con la atención recibida en los diferentes servicios administrativos en Cozumel durante el ciclo verano 2022.

## **Justificación**

El estudio por realizar pretende identificar el grado de satisfacción que tuvieron los estudiantes con los servicios brindados del área administrativa. Con esto, se permitirá identificar los problemas y posibles soluciones para mejorar el servicio.

Además, los universitarios son aquellos que determinan la calidad y el servicio de la Universidad, los que reflejan la competencia y la calidad de las instituciones, cada alumno que se gradúa y alcanza la maestría y doctorado en el plantel, logra alcanzar los objetivos de la institución. Los universitarios son los elementos clave de las Universidades, ellos son capaces de mejorar cada área dentro del plantel, así como mejorar los servicios que ofrecen entre ellas brindando opiniones para el mejoramiento.

Otro punto muy importante es el personal de la Universidad que día a día trabajan para mejorar y brindar una atención a los alumnos por ello en este estudio se realizará una investigación diseñada en una encuesta en escala Likert diseñado con las dimensiones SECQUAL confiabilidad , empatía, tangibilidad y capacidad de respuesta que permite determinar el grado de satisfacción de los servicios administrativos y aportar información para posibles alumnos que sigan con la investigación e implementar estrategias de mejoras en la Universidad.

## **Capítulo 2**

### **Marco Teórico y Conceptual**

Como primer punto el marketing es un factor principal de estrategias que optan las empresas para la rentabilidad de sus empresas, la utilizan de herramienta para elevar ventas, la publicidad, dar a conocer pequeñas empresas etc., el marketing consiste en aquellas estrategias que se realiza para darle el plus que necesita toda empresa con el fin de atraer más clientes.

Según Armstrong & Kotler, (2017) “El marketing es la gestión de relaciones redituables con los clientes” (p. 5).

Así mismo la satisfacción depende mucho de la valoración del cliente y satisfacer sus necesidades, el usuario es el que elige la empresa de su conveniencia y evalúa al darle lealtad a la marca o decide cambiar. Es decir la satisfacción del cliente es superar las expectativa, el deseo y la experiencia lograda al máximo que el cliente este sumamente satisfecho y que se vuelva un consumidor fiel (Armstrong & Kotler, 2017).

Por lo anterior quiere decir que lo primordial es el cliente y por ello cualquier institución mantendrá a su cliente satisfecho.

Además, el consumidor tiene que cubrir sus necesidades básicas entonces se crea estrategias para brindar un buen servicio y un producto de calidad, las empresas compiten entre ellas para lograr tener clientes leales a su marca. Por este motivo se hace la pregunta ¿Qué es la satisfacción del cliente?., Para Zeithaml & Bitner, (2002) la satisfacción es la respuesta del cliente sobre el servicio o producto respecto a sus necesidades y experiencias. Dando como resultado una satisfacción o insatisfacción atreves de su respuesta.

La satisfacción y la calidad se asemejan su conceptualización, sin embargo, en su evaluación se diferencian, un ejemplo es la experiencia. (Brea, J., & González, 2006, pp.

251–272) . Por el motivo de la similitud se aborda los temas por separados con la finalidad de conocer ambos conceptos.

El comportamiento del consumidor es un tema amplio de analizar debido que ay demasiados factores que determinan su manera de elecciones y comportamientos un ejemplo amplio del ser humano como consumidor que se adquieren las nuevas tendencias en base a su manera de satisfacción de una necesidad para ellos, pero realmente es un lujo lo que adquieren para obtener un determinado estándar grupal y su aceptación en un grupo en base a su expectativa.

El comportamiento del consumidor se debe a su necesidad y preferencia de adquirir un objeto o servicio que para ellos es lo primordial (Martínez-Tur, V., Peiró, J., & Ramos, 2001) .

Cabe destacar que, si se analiza con profundidad su comportamiento de sus decisiones, existen diferentes factores, cada consumidor es diferente y por lo tanto sus necesidades varían.

Otro punto de vista es que participan la psicología, y el marketing que forman parte de persuadir a los consumidores de modo que adoptan comportamientos en base a las tendencias.

### **Satisfacción**

Kotler, philip, (2006) señala que “la satisfacción es una sensación de placer o decepción que resulta de comparar la experiencia del producto [...]con las expectativas de beneficios previas” (p.144). para otro autor menciona que el valor personal es el fundamento para la ética y convivencia proporcionando un servicio satisfactorio (Vargas & Aldana, 2014). Es razonable que los valores ofrezcan la satisfacción y ética de cualquier empresa o

instituciones no gubernamentales, hay que destacar que el área principal el líder o encargado debe tener valores para liderar una gran responsabilidad.

A diferencia de (Esteban, 2000) hace énfasis que “la satisfacción es el resultado de comparar su percepción con los beneficios que obtiene con las experiencias que tenía de recibirlos” (p. 345).

En particular, cuando se visita un nuevo restaurante, no solo se evalúa el producto. Desde que llega al lugar, se observa tanto la atención, el tiempo, las instalaciones, la amabilidad y, sobre todo, cómo se siente en el lugar. Mientras lo atienden, surgen las siguientes preguntas: ¿Cómo se ha sentido durante el tiempo que lo han estado atendiendo? Al concluir la estancia en el restaurante o en un lugar nuevo, se realiza una evaluación general. ¿Está completamente satisfecho? ¿Volvería al lugar? Si le gustó el lugar, se sintió cómodo, feliz y tuvo una experiencia favorable, se recomendaría el lugar y se decidiría volver a asistir. Pero si es todo lo contrario, es posible que esté insatisfecho y jamás regresaría al lugar. Por lo tanto, la satisfacción se refiere a cómo se siente a través de un servicio o producto después de haberlo experimentado.

Además, el deseo o la necesidad de adquirir algo permite al cliente elegir entre varios productos o servicios de diferentes marcas. El cliente valora el producto o servicio en función de la experiencia que ha tenido. Por lo tanto, la satisfacción no se limita únicamente a la adquisición de un objeto. El consumidor tiene expectativas elevadas al seleccionar un servicio o producto y, después de haberlo experimentado o utilizado, puede expresar sus opiniones a través de encuestas o mediante un buzón de quejas o sugerencias. Al expresar su nivel de satisfacción con ese objeto o servicio, se está evaluando a la empresa elegida. Como resultado, existen dos opciones: en primer lugar, los clientes pueden sentirse insatisfechos y buscar otra empresa; en segundo lugar, pueden sentirse sumamente satisfechos con el servicio

y el producto, lo que genera lealtad hacia la empresa. Al asegurarse de que los clientes estén satisfechos y de que sepan qué es lo que más les agradó del servicio, la empresa evita que los clientes opten por otras marcas y establece un vínculo emocional con ellos.

Otro punto importante es la satisfacción en las empresas. Esta puede justificarse a partir de fundamentos de ideas políticas, valoración de los servicios públicos y aspectos demográficos y participativos. Además, al expresar sus opiniones, los clientes pueden influir en los cambios en los contenidos del servicio. (“Satisfacción Del Cliente, Calidad y Evaluación: Un Análisis Crítico,” 2005).

### **Satisfacción del estudiante**

La satisfacción estudiantil debe tener en cuenta que los alumnos buscan las mejores opciones entre varias instituciones en función de sus intereses personales y beneficios. Durante su ciclo de duración en la universidad, los estudiantes van detectando diferentes aspectos que les generan conformidad o inconformidad, y van conociendo el sistema que maneja la institución. Cada alumno tiene una experiencia única que contar, al igual que cada graduado o licenciado que ha concluido sus estudios en la institución. En las universidades, una de las técnicas publicitarias más comunes entre los jóvenes es la estrategia de marketing boca a boca, que les permite expresar su punto de vista desde la perspectiva de las ventajas y desventajas. Esta estrategia puede ser un factor de conveniencia, pero también puede tener una doble cara.

Por un lado para Sánchez Quintero (2018), “la administración de la calidad total ACT del ‘cliente siempre tiene razón’ no se aplica a los estudiantes como aprendices” (pag.29-28). Lo anterior, quiere decir que los estudiantes tienen la oportunidad de aprender siempre y cuando tengan la vocación de querer formarse académicamente. Además, es importante que se sientan motivados para alcanzar la satisfacción en su formación académica y cubrir sus

expectativas. Es normal que a lo largo de su trayectoria académica puedan surgir conflictos y desilusiones. Por esta razón, existen actividades culturales y deportivas que favorecen y motivan su entorno académico.

El mejor aprendizaje que obtienen durante su formación académica son los conocimientos adquiridos y las experiencias vividas, lo cual les permite cubrir sus necesidades. Es fundamental generar un ambiente en el cual los estudiantes reciban un trato amable y atención de calidad en todas las instalaciones, lo cual los motiva a permanecer en la universidad.

En cuanto al servicio brindado por las instituciones públicas en las universidades, estas buscan proporcionar una calidad de servicio cada vez mejor y buscan constantemente su mejora. Álvarez Botello et al., (2015, p.9) Citando a Mejías (2009), resalta que” medir la satisfacción del cliente tiene sentido siempre que se acompañe de acciones que induzcan a la mejora y a la innovación”.

Las instituciones tienen como propósito brindar los servicios educativos para desarrollar futuros profesionales por eso cada estrategia y evaluaciones que se realiza a los estudiantes demuestran mejoramiento de calidad de cada institución.

Alves y Raposo (2005) y Victoria et al., (2008), sugieren que la satisfacción del alumno en los estudios universitarios ha cobrado vital importancia para las instituciones de este sector, pues de ella depende su supervivencia, por lo que la enseñanza y el trato que reciben se evalúa de manera que el alumno puede estar satisfecho o insatisfecho.

Asimismo el estudiante refleja su satisfacción a través de su formación demostrando su eficiencia en los servicios académicos y administrativos(González et al., 2011, p. 46,49).

## **La importancia de la satisfacción**

Es fundamental para cualquier institución conocer el grado de satisfacción de sus usuarios, ya que esto permite identificar los servicios que presentan un bajo rendimiento y mejorarlos. Un cliente satisfecho tiende a ser leal, lo que lleva a la recomendación boca a boca entre conocidos, familiares y posibles nuevos clientes. Es importante brindar un servicio que haga sentir al usuario feliz y cómodo, a través de una atención amable, respetuosa y confiable, lo que contribuye a que la experiencia sea más placentera.

Es posible que los consumidores se sientan satisfechos con ciertos aspectos de la experiencia de elección o consumo, pero insatisfechos con otros. (Mora Contreras, 2011).

La importancia de realizar un estudio o evaluación del nivel de satisfacción de los usuarios radica en conocer la realidad y compararla con la imagen que la institución desea proyectar. Además, permite identificar y evaluar diferentes dimensiones, como la atención del personal, el trato recibido, la responsabilidad y la amabilidad, así como también evaluar las diferentes áreas del lugar. Con estas razones, es fundamental conocer la satisfacción del cliente.

En un artículo de Torres-Salinas, (2008) que habla sobre la conferencia de Mark Zuckerberg, el creador de Facebook, se destaca la siguiente frase: "Dar a la gente el poder para compartir y hacer del mundo un lugar abierto y más conectado" (p. 682). El hecho de que el creador y dueño de la red social más grande del mundo se encuentre en constante actualización y rediseño demuestra la importancia de estar atento a lo que el usuario desea y pretende. Este ejemplo ejemplifica la importancia de satisfacer siempre al cliente, evaluándolo y anticipándose a sus necesidades mediante estrategias de marketing para brindar un mejor servicio.

## **Calidad.**

La calidad está vinculada con la satisfacción y el valor del producto o servicio, tanto que tiene que satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de los clientes. Dando importancia que la perspectiva del productor y la del consumidor son muy altas, se tiene que lograr satisfacer el deseo mutuo.

La calidad es un estándar de aquel servicio o producto que tiene satisfecho tanto su perspectiva como su experiencia al cliente (Edison, 2005, p. 67), un ejemplo sería una tienda de ropa, en este aspecto la primera empresa es la que gestiona la calidad de sus productos mientras que en la segunda no tienen un control de calidad, los mismos clientes comparan cual es un producto de alta calidad y de baja, lo mismo pasan con las marcas de celulares y los servicios hoteleros.

## **Calidad en el servicio**

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), define como un juicio global producto de la diferencia entre las expectativas y las percepciones y cuando esta iguala o supera surge la calidad en el servicio.

Además al brindar un servicio la empresa necesita tener conocimiento sobre el cliente y la medición de la evaluación (Lovelock Christopher, 2009, p. 418). La calidad del servicio implica un alto rendimiento de trabajo para satisfacer al cliente.

El servicio es de forma intangible por ende no se puede probar antes de comprar, lo que ocasiona una brecha entre la perspectiva y la experiencia.

Seguidamente para poder evaluar la satisfacción del cliente se tiene que haber consumido la prestación del servicio (Carlos Ornelas & Montelongo Cortés, 2010, p. 1) .

Por esta razón se podrá saber el grado de satisfacción del cliente.

El resultado de la opinión del cliente puede llevar a recomendaciones boca a boca, lo cual puede generar tanto opiniones negativas como positivas. Por lo tanto, la calidad del servicio depende en gran medida del trato que el personal brinde al cliente.

Es fundamental conocer las características del servicio para poder implementar estrategias de marketing efectivas. Esto implica identificar y cerrar las brechas que puedan perjudicar la calidad del servicio ofrecido. (Villalba Sánchez, 2013) .

### **Características de los servicios**

Las características de los servicios son las siguientes, intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad o inconsistencia, carácter persevero y ausencia de propiedad.

El primer características del servicio es la intangibilidad, una desventaja en el servicio intangible es que no se puede probar antes de comprar esto puede ocasionar que no se llegue concretar la venta. Los clientes tienen altas expectativas de los servicios ya que no saben cómo será su experiencia con el personal y lo que les rodea.

Sin embargo las empresas deben demostrar su profesionalismo y su valor del servicio, las empresas adjuntan atributos tangibles o una oferta de forma intangible (Mauricio et al., 2019, p. 8)., Por ende, les permite mejorar en aquellos detalles para consentir al cliente y brindarles un servicio alto a sus perspectivas.

En la inseparabilidad el personal está vinculada con el servicio y juega un papel importante, esto permite que dependa del trato varios clientes tengan opiniones diferentes sobre el trato, a amabilidad, o el tiempo de espera y respuesta.

La Heterogeneidad o inconsistencia, esta enlaza con la anterior característica respecto al trato al cliente. Es decir que si se ofrece un trato diferente a los clientes por parte de un empleado las opiniones de los clientes estarán divididas y no será tan favorable para la

empresa, otro punto de cuidado son las situaciones incontrolables del proveedor del servicio por eso hay que cuidar el factor humano (Grande Esteban, 2005) .

El carácter persevero es recomendable establecer políticas de marketing precios y segmentación, promociones en poca o alta demanda.

Las ausencias de propiedad con los servicios pueden durar en algunas formas sin embargo no significa que se regale la propiedad de los objetos utilizados. Un servicio incluye artículos de tangibles que producen un plus al servicio, para determinar un diferencia con sus competidores (Grande Esteban, 2005, p. 35) .

### **Calidad del servicio enfocado a la satisfacción.**

La calidad del servicio que con ello se enfoca más en el grado en el cual satisface las necesidades, las experiencia y las opiniones del cliente, Maldonado Radillo et al., (2013) “existen cuatro perspectivas básicas coexistiendo: calidad como excelencia, calidad como ajuste a las especificaciones, calidad como valor y calidad como satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores”(p.68).

La calidad son características y estrategias con el propósito de alcanzar sus objetivos de la empresa o institución además el servicio debe brindarles una confianza, responsabilidad y seguridad entre otros factores más que pueden medir el grado de satisfacción del usuario(cliente).

Sin embargo, las empresas dependen de sus clientes fieles para su crecimiento, aumentando clientes y creciendo como competencia así desarrollando la calidad del servicio (Martin, 1991, p.19) .

Gestionar la calidad del cliente es un trabajo de dificultad, si el cliente no recibe lo que buscaba o solo recibe la mitad de lo esperado no quedara satisfecho (Esteban, 2000).

Así mismo Solano Barrera & Aceves Lopez, (2013) menciona que la atención del servicio es importante dado que se enfoca en la calidad, el tiempo y el precio, la personalidad de amabilidad e interés y atención se le debe brindar de manera equitativa a cualquier cliente. Esto con el fin de mejorar y haciendo sentir especial al cliente que sepa que como empresa se sabe el valor de usuarios.

### **La medición sobre el cliente (usuario)**

Relacionado con la satisfacción, la medición del cliente se puede medir en diferentes formas por el cual al saber la valoración de satisfacción aumenta la experiencia y los cambios positivos en la percepción de nuevos usuarios.

Existen dos métodos de prospección en el cual sirven para medir nivel de satisfacción son la indirecta y la directa.

Para Negil Hill & MacDougall, el método directo se puede realizar evaluaciones escritas orales o mixtos (2001) .

Por su parte, uno de los métodos más eficientes de prospección indirecta es el sistema de quejas y sugerencias para cualquier negocio permite identificar las áreas que se deben mejorar, así también las Universidades tienen un sistema de quejas y sugerencias un método que los alumnos pueden expresar sus opiniones (Asociación española para la Calidad., 2003).

Además, la lealtad es un vínculo de respeto y fidelidad puesto que con lleva a la rentabilidad de empresas y de modo que se reflejan las opiniones positivas de los clientes y por lo cual mientras más clientes fieles, tengan una organización, más rendimientos de ventas o en este caso más alumnos satisfechos de modo que cada ciclo aumentaran más aspirantes.

Otro punto de medición es que menciona Sánchez Quintero, (2018) Citando a Álvarez et al., En donde una ventaja sobre la medición de la satisfacción estudiantil es la valoración de la calidad de la educación (2014).

Ahora bien, la eficacia y la eficiencia de las instituciones implican crear un ambiente académico ordenado y capacitado que brinde confianza a los estudiantes para continuar con sus estudios. Como estudiantes, evaluamos diversos aspectos, como el trato del personal hacia los alumnos, la atención que recibimos, el tiempo de respuesta y, sobre todo, la forma en que se nos apoya y se nos brindan soluciones. Cada área es fundamental para establecer una comunicación efectiva con los estudiantes, desde el desarrollo estudiantil hasta el área de becas y finanzas. Estas dimensiones se pueden medir y evaluar en diferentes aspectos, pero siempre con el objetivo de mejorar el entorno académico.

Además, una de las herramientas utilizadas para determinar la satisfacción es el SERVQUAL, que consta de 5 dimensiones. (MALAVÉ et al., 2008, pp. 4–5).

### **Escala Likert**

La escala Likert es un instrumento de medición ordinal en el cual consiste de 5 puntos por lo que en medio es el neutral y del lado izquierdos son los insatisfechos y del otro lado son los satisfechos o acuerdo (Matas, 2018,p.39).

### **El modelo de brechas del servicio**

El servicio como punto de vista es una experiencia y prestación de un esfuerzo o acción que se realiza a un cliente en el cual se brinda los servicios a base de actividades económicas, por ejemplo, en una agencia de viajes, tours, en un aeropuerto, también en adquirir un plan de Netflix, se obtiene el servicio por ende se encuestan a los clientes para conocer su nivel de satisfacción.

Para Lovelock Christopher, (2009) el servicio es un intercambio de actividades económicas hacia el cliente y la empresa está destinada a satisfacer al cliente.

Para ello, el cliente busca identificar entre varias empresas la mejor opción para la satisfacción sus necesidades o deseos.

Los problemas que surgen en los servicios en las empresas no permiten tener clientes fieles, porque no se resuelve fácilmente la brecha que separa para llegar a un cliente satisfecho. Las empresas buscan una relación larga con sus clientes y, por lo tanto, reducir los gastos al atraer nuevos clientes por causa de no retener sus clientes fieles.

Por eso surge el modelo de brechas, el objetivo del modelo de brechas permite identificar y solucionar problemas de calidad de servicio que incluyen 7 brechas para el mejoramiento., Los siete tipos de brechas son las siguientes: se conforman por dos tipos las externas son las brecha de conocimiento, percepciones, interpretaciones y del servicio y las brecha internas son brechas estándares, entrega y de comunicación (Lovelock Christopher, 2009).

### ***Brechas en el servicio***

Cuando la calidad del servicio supera la percepción del servicio brindado surge el modelo de las brechas o gaps, el cual trata de identificar las causas de un servicio ineficiente (Parasuraman, Zeithaml y Berry 1985).

Para Zeithaml & Bitner, (2002) señalan que las brechas son un problema de no llegar al cliente y sugieren cerrar las cuatros brechas.

La primera brecha de conocimiento permite identificar los problemas y opiniones de sus clientes seguidamente con la segunda brecha que diseña estrategias para superar las perspectivas (Zeithaml et al., 2009,). Hace referencia que la primera brecha señala la distancia entre la experiencia y la percepción.

Seguidamente con la tercera, los empleados deben desempeñarse en ofrecer todos los tratos necesarios al cliente y por último la comunicación, la empresa debe cumplir con sus publicidad y políticas (Zeithaml et al., 2009, pp. 38–42) .

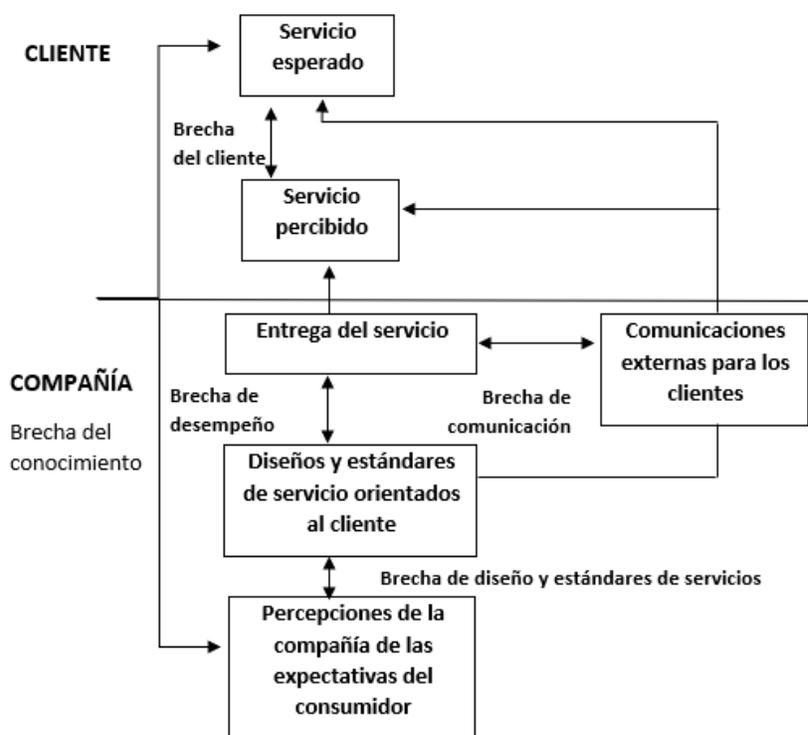
Para Matsumoto, (2014), las brechas son distancia que causan problemas por ende se detectan y se realizan estrategias para mejor la calidad del servicio,(p. 186).

Entre estas brechas es importante cerrarla o disminuirla ya que también podría causar disonancia por no haber recibido lo que se esperaba y entre todas estas brechas la más importante es la del servicio de modo mientras más abierta este más ineficiente es la empresa por esta razón se debe disminuirlas o eliminarlas.

### Modelo de brechas de la calidad del servicio.

**Figura 1**

*Modelo de las brechas de servicio*



*Nota: Elaboración propia basada en el modelo de brechas de la calidad del servicio, Zeithaml et al., (2009)*

## **Modelo SERVQUAL**

La calidad del servicio se estructura con un modelo SERVQUAL que permite identificar la percepción del cliente (Bustamante et al., 2019).

Este modelo permite identificar las diferencias entre la compañía y el cliente, aquellas brechas que separan de las perspectivas a la realidad., Por ejemplo: el servicio esperado, En los hoteles el servicio es un hospedaje, antes de comprar el servicio se tiene esperado una perspectiva de su estadía, sin embargo, después de haber recibido el servicio tal vez no sea lo que esperaba el cliente.

Otro punto de vista es que el modelo informa las opiniones de los clientes y por ende se permite conocer su porcentaje de satisfacción recibida, el modelo evalúa la separación de expectativa y la percepción del cliente (Villalba Sánchez, 2013) . Así mismo permite estructurar mejorías en el servicio.

### ***Dimensiones del modelo SERVQUAL***

El modelo SERVQUAL utiliza 5 dimensiones, tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, que permite medir la perspectiva entre la experiencia (Carmona, 2021)

De manera similar en el libro de Marketing de servicios menciona 5 dimensiones de calidad en el servicio que con lleva a darle seguimiento a la satisfacción del cliente.,

Para Zeithaml & Bitner, (2002), la confianza es la capacidad del desempeño demostrando la responsabilidad, así también la seguridad y la empatía brindar una atención segura y eficacia con todo el lugar (p. 103) .

La medida a en que los clientes reconocen y tienen disposición a aceptar la característica de la heterogeneidad en la prestación de servicios es lo que se reconoce como “la zona de tolerancia”. Ésta varía en cada cliente, y considera la diferencia entre el servicio

deseado y el servicio adecuado. La zona de tolerancia está condicionada por diversos factores, incluyendo algunos en los que la empresa tiene el control como lo es el factor precio (Zeithaml et al., 1993).

Esta herramienta es muy utilizada por varios autores que sirve para medir la calidad de servicio y saber el grado de satisfacción en base a una escala de satisfacción.

### **El modelo de las brechas de Calidad en los servicios aplicado a las instituciones de educación superior.**

Dicho lo anterior, el modelo de brechas puede aplicarse de manera óptima a la evaluación de la satisfacción de los servicios de las áreas administrativas de instituciones de educación superior, involucrando el servicio en la experiencia estudiantil del campus Cozumel de la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo.

## **Capítulo 3**

### **Diseño de la Investigación y Metodología**

La investigación será transversal, ya que se recolectará información en un corto tiempo para determinar el grado de satisfacción del estudiante en el área de administrativa con un método cuantitativo, explicativo y descriptivo.

El corte transversal es “conocido como encuesta de frecuencia o estudio de prevalencia” (Álvarez & Delgado, 2015, p. 28). Esto quiere decir que se estudia en un determinado tiempo y un grupo de personas específicas en un corto tiempo.

Además tiene un doble propósito descriptiva y analítico en el enfoque analítico es porque puede evaluar dos variables (Cvetković Vega et al., 2021). Para este estudio se realizó una investigación descriptiva.

La asociación entre variables puede realizarse tanto con datos cualitativos como cuantitativos, y puede llevarse a cabo en un tiempo corto. Además, esta asociación puede basarse en enfoques probabilísticos o no probabilísticos, dependiendo de los resultados que se busquen en la investigación.(Rodríguez & Mendivelso, 2018) .

Con respecto a la recolección de datos, si se utiliza un enfoque cuantitativo en la investigación, el procedimiento de recolección de datos se realiza de manera sistemática y estructurada. En este caso, se menciona que se utilizará una encuesta por medio de un código QR, lo que implica que se recopilarán los datos de forma electrónica a través de una plataforma en línea. De acuerdo con Del Canto & Silva Silva (2013) es un concepto lineal con un inicio y un final, permitiendo la claridad de la investigación con su racionalidad analítica. Además de ser fiable y eficiente este método se relaciona con el estudio explicativo y descriptivo.

Por otro lado, se considera explicativo dado que intenta encontrar la causa y efecto y permite mayor profundidad de comprensión entendiendo el fenómeno de forma eficiente y segura (Ramos-Galarza, 2020) .

Y por último según Ramos-Galarza, (2020) los métodos descriptivos “ en el proceso cuantitativo se aplican en análisis de datos de tendencia central y dispersión” (p.2) .

Relacionado con el estudio cuantitativo el método descriptivo, explica los fenómenos o sucesos antes de la investigación y después de los resultados.

El estudio es de tipo no experimental con una investigación de corte transversal, ya que es importante determinar su satisfacción del estudiante para el mejoramiento del servicio hacia los estudiantes.

La aplicación del cuestionario permitirá tener un parámetro general sobre el grado de satisfacción con el propósito de obtener datos reales.

Para Roberto Hernández Sampieri, Carlos Hernández Collado, (2014, pag.159) “las encuestas de opinión son un método o un diseño más utilizadas y eficientes para estos casos de estudios transversal, descriptivo o correlacionales-causales”.

### **Tipo de investigación**

La investigación será de manera transversal que durará solo en el periodo de verano 2022, con un diseño cuantitativa, con el propósito de indagar variables y analizar su incidencia e interrelación, identificando la satisfacción de los alumnos durante su estadía en el periodo verano.

### **Alcance de la investigación**

Se encuestará a los alumnos de la Universidad de Quintana Roo con un alcance de 217 alumnos en el cual se le pidió de apoyo por medio de encuestas para conocer su grado de satisfacción en los servicios administrativos.

## **Diseño de la investigación**

De igual importancia será con un diseño de investigación fenomenológico debido que el siguiente estudio se enfocará en conocer el grado de satisfacción de los alumnos por medio de su experiencia propia evaluando a los servicios administrativos de la Universidad.

En resumen, este método fenomenológico está diseñado para realizar encuestas de opiniones en base a la experiencia propia.

De hecho Fuster, (2019) determina que el método fenomenológico es estructural y sistemático enfocado en la experiencia vivida proporcionando un valor en la opinión.

Otra opinión Roberto Hernández Sampieri, Carlos Hernández Collado, (2014) dice que “es una especie de “paraguas” en el cual se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios” (p.19).

La fenomenología para este estudio se enfoca en comprender el grado de satisfacción de los estudiantes sobre los servicios administrativos mediante en encuestas profundas e identificar soluciones.

## **Técnicas de investigación**

Seguidamente se realizará una encuesta de satisfacción de los servicios administrativo online donde se les preguntara que tan satisfecho se encuentran de cada. Se realizó preguntas cerradas delimitando respuestas y buscando el objetivo de la investigación, así mismo la medición se encuentra estructurado que insatisfecho es uno y satisfecho es el número tres.

## **Herramientas e Instrumentos de investigación**

En esta investigación se utilizará un instrumento en cuestionario para la revisión seguidamente la encuesta a los alumnos, estructurado con una medición de escala Likert para determinar el grado de satisfacción de los servicios administrativos entre los estudiantes del campus Cozumel, durante verano 2022.

Ruiz & Quinte, María del Socorro borboa Quintero, (2013, P.19) Citando Santesmases (2009, p. 514) “La escala Likert consiste en que el encuestado exprese su agrado de acuerdo o desacuerdo en base a la información que se evalúa” p. 514. Por ende, tendrán las siguientes respuestas en escala Likert con puntuación desde el menor al mayor con 1 punto muy insatisfecho seguidamente con el punto 2 neutral y satisfecho con el punto 3.

## **Figura 2**

### *Nivel de satisfacción*

Insatisfecho (1)	Neutral (2)	Satisfecho (3)
------------------	-------------	----------------

*Nota: Elaboración propia en base a los niveles estudiados.*

Además la combinación del modelo SERVQUAL que Matsumoto (2014) resalta que “es una técnica de investigación comercial, que permite realizar la medición de la calidad del servicio, conocer las expectativas de los clientes, y cómo ellos aprecian el servicio”(p. 185).

Con el modelo SERVQUAL permitiendo realizar dimensiones con profundidad para conocer la satisfacción. Además, que la fiabilidad y la validez es sumamente indispensable es este estudio se considera en 5 dimensiones que permitirá identificar el nivel de satisfacción y validez en este estudio se utiliza el instrumento de medición de satisfacción en el cual se evalúa la satisfacción del alumno entre los servicios administrativos de la Universidad, con el fin de saber y brindar la información para la mejoría de los servicios.

La fiabilidad Cadena-Badilla et al., (2016) citando Prat y Doval, (2003) señala que “tiene el coeficiente Alfa de Cronbach indica la consistencia interna del instrumento, tomando valores entre 0 y 1, siendo cercanos a cero como no existe consistencia interna y cercana a 1 existe consistencia interna”.

## **Fases de la investigación**

La satisfacción es un amplio tema para conocer y evaluar se puede investigar a través de diferentes dimensiones sobre la satisfacción del alumnado, al evaluar un tema en específico se indaga el entorno de lo que se va a estudiar. Ahora bien, el tema abordado es evaluar los servicios administrativos que reciben los alumnos.

Como primer punto se recolectará fuentes de información para el sustento de la investigación se emplearon fuentes bibliográficas, como libros, revistas científicas, también fuentes electrónicos sitios web relacionados con la satisfacción y tesis, revisando las partes más importantes que sirven para la investigación seguidamente conociendo las conceptualizaciones de los temas abordados después la realización de una encuesta piloto, seguido con la elaboración del cuestionario para hacer las encuestas virtual y si es necesario presencial.

## **Diseño muestral**

La población de este estudio fueron estudiantes de la universidad Campus Cozumel que están inscritos en el periodo de verano 2022 la investigación está enfocada en los alumnos para evaluar el nivel de satisfacción entre los servicios administrativos.

Se realizará un muestreo no probabilístico debido que no se busca la precisión con exactitud del resultado y se pretende indagar sobre los posibles resultados de las opiniones de los alumnos y como perciben los servicios administrativos.

## ***Población o universo muestral***

Alumnos de la universidad que se encuentren estudiando durante el ciclo de verano 2022, durante el periodo de verano son 217 alumnos que se inscribieron, en el cual se les invito a contestar las encuestas.

### ***Tipo de muestreo***

Se utilizó un código QR para acceder a la encuesta, también para los alumnos que no tenían acceso a internet o computadora se le pidió de forma amable a los alumnos en apoyar a contestar la encuesta, como resultado se optó por un muestreo no probabilístico por conveniencia.

### ***Muestra***

La investigación se encuestó a los alumnos de las diferentes carreras del Campus Cozumel en el periodo de verano, la mayoría de los estudiantes fueron de mercadotecnia y negocios se abrieron materias en lo que los universitarios podrían adelantar o recuperarse, se justifica lo anterior que sirvió para conocer sus perspectivas de los servicios

### ***Prueba piloto***

Se realizó una encuesta piloto con conocidos y alumnos de la Universidad, para ayudar a conocer la claridad y la facilidad de contestar la encuesta. También los datos obtenidos de la encuesta servirán para realizar análisis de confiabilidad. Durante las encuestas se detectó que eran muchas preguntas y por este motivo se eliminaron algunas de estas.

Aunque la encuesta tiene diferentes preguntas, se acomodó en matriz con escala Likert. Varias preguntas no se pudieron quitar ya que forman importancia para la determinación de los resultados. También se imprimieron algunas encuestas para que aquellos alumnos que no tuvieran acceso a internet pudieran responder.

Una vez realizada la prueba piloto, se ejecutó una prueba de confiabilidad en un software estadístico, a través de Alfa de Cronbach. Para la prueba, se utilizaron los datos de las 25 preguntas realizadas para evaluar el nivel de satisfacción de los servicios bibliotecarios. No se realizaron las pruebas de confiabilidad de las demás áreas puesto que eran las mismas preguntas, por lo que se infiere que el resultado sería similar.

**Tabla 1**

*Confiabilidad atreves de alfa de Cronbach*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.913	25

*Nota: Elaboración propia a través de un software estadístico.*

Puesto que el valor 0.913 es mayor de 0.8, se considera que la encuesta tiene consistencia interna y, por lo tanto, el instrumento es confiable.

### ***Participantes***

El siguiente estudio se les pidió voluntariamente a los alumnos que contestaran una encuesta por lo tanto un pequeño grupo apporto sus opiniones sobre la satisfacción entre los servicios administrativos alumnos con un intervalo de 18 a 25 años alumnos de diferentes carreras y semestres de la Universidad de Quintana Roo Cozumel.

### **Delimitaciones**

#### ***Espacial***

La investigación se concretó en el municipio de Cozumel en la universidad de Quintana Roo campus Cozumel, encuestando a los alumnos de diferentes carreras que tomaron clases en verano 2022.

#### ***Temporal.***

Se realizó durante el verano 2022 en el inicio del 30 de mayo al 22 de julio del fin del curso de verano.

### **Unidad de análisis**

Se encuestará a los Alumnos de la Universidad de Quintana Roo para determinar la satisfacción entre las áreas administrativas del campus Cozumel, de modo que tienen ya

hayan tenido algunas experiencias con los servicios que se les ofrecen, alumnos de la universidad de las diferentes carreras que se impartieron en el ciclo de verano 2022.

### **Categorización de variables**

Una variable es una condición en el que puede observarse y medir y puede cambiar su valor, se entiende por variable que es una propiedad en el que es medible y observada y en forman parte de una hipótesis (Hernández Sampieri et al., 2014, p. 105) , las variables pueden cambiar su valor dependiendo a lo que se investiga

Con respecto a las variables cuantitativas posee una medida constante y arbitraria como la edad, su naturaleza son susceptibles de medida y conteo y se clasifican en discretas y continuas y en los datos cualitativos se refieren a los datos descriptivos como el sexo, colores expresa características o atributos que se pueden categorizar,(Guanipa Pérez, 2011)

Las variables operacionales u operacionalización establece dimensiones, describiendo conceptos relacionados a lo que se va a realizar (Hernández Sampieri et al., 2014) . Esto facilita el proceso de medición y observación por ejemplo un indicador, el sexo: que sus respuestas serian mujer o hombre por consiguiente se medirá cuál de las dos opciones contesto más.

Por otro lado, el proceso de operacionalización “establece un puente entre los conceptos y las observaciones y actitudes reales”(Bauce et al., 2018, p. 3).

El proceso de operacionalización se forma por un esquema que explica el procedimiento operacionalización, variables, segundo con definición conceptual, dimensiones, e indicadores y métodos. (Espinoza Freire, 2019) . El proceso favorece tener un seguimiento o indicaciones que permite medir y recolectar los datos, también es importante revisar detalladamente el proceso operacionalización para la definición de aquellas dimensiones e instrumentos.

Para explicar un poco más, se da un ejemplo la variable satisfacción del estudiante, seguidamente la definición conceptual de la variable con sus dimensiones: empatía, confianza etc., sus indicadores y por último los instrumentos de medida cualitativa, cuantitativa, ordinal o nominal.

## Categorización e variables.

**Tabla 2**

*Categorización de las variables utilizadas para esta investigación*

Variable	Descripción	Nivel de medición
Confiabilidad	(1) Insatisfecho (2) Neutral (3) Satisfecho	Ordinal
Empatía	(1) Insatisfecho (2) Neutral (3) Satisfecho	ordinal
Tangibilidad	(1) Insatisfecho (2) Neutral (3) Satisfecho	ordinal
Seguridad	(1) Insatisfecho (2) Neutral (3) Satisfecho	ordinal
Capacidad de respuestas	(1) Insatisfecho (2) Neutral (3) Satisfecho	ordinal
Edad	Menos de 18 años 18 a 25 años 26 a 30 años 31 a 40 años Más de 40 años	Intervalo, cuantitativas
Carrera	Gestión de Servicio Turísticos. Lengua Inglesa Manejo de Recursos Naturales Mercadotecnia y Negocios	Nominal cualitativa
Sexo	Hombre Mujer No binario	Nominal cualitativa
Semestre		Ordinal cualitativa

*Nota: Elaboración propia a partir de los datos recabados*

### ***Operacionalización de las Variables***

La operacionalización de las variables es un proceso esencial en la investigación. Consiste en definir y establecer medidas concretas y observables para las variables que se estudian, con la finalidad de garantizar que las variables sean manipulables y mensurables, lo que facilita su análisis y permite obtener resultados claros y objetivos. La operacionalización implica transformar conceptos abstractos en indicadores específicos, estableciendo criterios de medición y seleccionando los instrumentos adecuados para recolectar los datos.

**Tabla 3**  
*Variables operacionales*

<b>Variable</b>	<b>Descripción de la variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Descripción de la dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Ítems</b>
Satisfacción de los alumnos	Valoración de su percepción a su experiencia que obtienen en las universidades (Surdez Pérez et al., 2018) .	Confiabilidad	Es la capacidad de realizar algo de forma eficaz (Bustamante et al., 2019) .	Insatisfecho (1) Neutral (2) Satisfecho (3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La información que me brindan es adecuada.</li> <li>• Cuando tengo un problema, el personal se muestra sincero y con interés en solucionarlo.</li> <li>• Considero que el personal se encuentra capacitado para brindar el servicio de esa área.</li> <li>• Si se presenta algún problema, en el área, estoy seguro de que se comprenden sus necesidades específicas</li> <li>• ¿Cuál es tu nivel de satisfacción de la plataforma virtual?</li> </ul>
		Empatía.	Es el cuidado y la atención que brinda el		<ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal me escuchó atentamente a lo que usted expresa.</li> </ul>

---

Tangibilidad	<p>personal, pensando en el bienestar del usuario, proporcionando ayuda (Patrón-Cortés, 2021) .</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal es amable con usted</li> </ul> <p>Durante el periodo verano- primavera lo trataron con paciencia.</p> <p>El personal brinda la atención personalizada a base a sus necesidades.</p> <p>Los servicios tuvieron horarios accesibles para usted.</p>
	<p>Son todas las instalaciones que se pueden tocar en aparecía físicas como equipos, materiales (Matsumoto, 2014)</p>	<p>Las instalaciones tienen el equipamiento adecuado a sus necesidades.</p> <p>Los espacios de las instalaciones son adecuados.</p> <p>Los equipos con los que cuenta el área son accesibles.</p> <p>Las áreas están bien iluminadas.</p> <p>La temperatura del área es adecuada.</p>
	<p>Seguridad.</p> <p>Implica sentir comodidad, confianza y seguridad en las instalaciones como en el personal y el cliente brindando un ambiente</p>	<p>El área se preocupa porque tus intereses.</p> <p>El comportamiento del personal le transmitió confianza.</p> <p>Se sintió seguro al estar en las instalaciones.</p> <p>¿Qué tan cómodo se sintió al utilizar la página online del área?</p> <p>Recibió un servicio a él por parte del personal.</p>

---

---

favorable  
(Patrón-Cortés,  
2021) .

Capacidad de  
respuesta.

Es la manera de  
contestar en  
tiempo y forma,  
adecuada al  
usuario, ayudar  
en las dudas y  
quejas que se  
presente  
(Duque, 2005)

Cómo consideras con el tiempo y forma de atención del personal.

El personal mostró estar dispuesto en ayudarlo.

El personal le comunica información actualizada.

Durante la pandemia cómo evalúas el tiempo de respuesta virtual.

Cómo consideras la rapidez que atiende el personal después de la pandemia.

---

*Nota: Elaboración propia de las variables investigadas*

## **Reporte de campo**

En primer lugar, se llevó a cabo una encuesta piloto para evaluar su claridad, eficacia y rapidez. Se incluyó una breve introducción personal y se proporcionaron instrucciones claras sobre la encuesta. La encuesta se realizó a través de la plataforma Qualtrics [<https://www.qualtrics.com/>], invitando a compañeros y conocidos a participar. Después de realizar algunos cambios y mejoras en la encuesta, se procedió al siguiente paso, que fue la realización de entrevistas de campo.

Inicialmente, se tenía planeado proyectar el código QR en los salones de la universidad. Sin embargo, solo fue posible proyectarlo en un salón, por lo que se optó por imprimir hojas con la imagen del código QR y entregarlas a los alumnos para que pudieran acceder a la encuesta. Durante la recolección de datos, surgieron algunos problemas, como la ausencia de algunos alumnos en clases, falta de respuesta a la encuesta, falta de acceso a un celular o internet. Para superar estas dificultades, se imprimieron encuestas en papel para aquellos que no pudieron responder en línea o no tenían acceso a internet. Sin embargo, dado que se encontraban en las últimas semanas del ciclo, fue necesario regresar a los diferentes salones para entregar las encuestas a aquellos alumnos que no pudieron participar en la primera ocasión.

## Matriz de congruencia de la investigación

**Tabla 4**

*Matriz de congruencia de la investigación*

La satisfacción de los servicios administrativos entre los estudiantes del campus Cozumel, durante el ciclo verano 2021								
Planteamiento del problema		Objetivo general	Objetivos específicos	Hipótesis o supuestos	Variables	Técnicas de investigación	Instrumentos	Productos esperados
Identificación del problema	Pregunta de investigación							
Los estudiantes de la Universidad de Quintana Roo, campus Cozumel manifiestan diferentes inconformidades de los servicios administrativos	¿Cuál fue el grado de satisfacción de los estudiantes de Cozumel sobre los diferentes servicios administrativos en Cozumel	Determinar el grado de satisfacción de los servicios administrativos de los estudiantes del campus Cozumel durante el	Enlistar las áreas administrativas con las que el estudiante tiene contacto.	Los estudiantes del campus Cozumel consideran que la atención de los servicios puede mejorar	Dependiente: La satisfacción de los estudiantes sobre la atención de los servicios brindados en el campus Cozumel	Investigación documental Departamento de Gestión de la Calidad, depto-calidad@uqroo.edu.mx  Adriana Marzuca encargada del SIGC	Enlistado de las áreas administrativas con las que el estudiante tiene contacto	Lista de las áreas administrativas con las que el estudiante tiene contacto. e identificar cuáles son esas áreas.

, pero no se ha determinado el grado de inconformidad ni qué áreas son las que presentan puntos de mejora.	durante el ciclo verano 2021?	ciclo verano 2021.	Determinar la satisfacción de cada una de las áreas con las que el estudiante tiene contacto	Los alumnos de la universidad campus Cozumel señalan que no están satisfechos con la atención recibida en los servicios administrativos	Independiente : Atención del personal. Trato de personal de las áreas que brindan los servicios administrativos Percepción del Tiempo de respuestas de manera virtual.	Encuestas a los alumnos Preguntas de cerrada	Cuestionario para determinar la satisfacción de tiempo de respuesta. (escala de intervalo)	Reporte sobre la atención y trato del personal de las áreas que brindan los servicios administrativos.  Describir mejoras para la satisfacción de los alumnos
--	-------------------------------	--------------------	--	---	---	--	---	---

*Nota: Elaboración propia a partir de las primeras investigaciones sobre la satisfacción*

## Resumen metodológico

En este estudio sobre la satisfacción de los alumnos de los servicios administrativos es de manera transversal que se realizó a los alumnos de la universidad de Quintana Roo con la finalidad de saber su grado de satisfacción, Identificando las dimensiones de seguridad confianza empatía tranquilidad y capacidad de respuesta para analizar qué tan satisfecho está el alumno.

### Tabla 5

#### *Resumen del diseño metodológico de la investigación*

Diseño metodológico	
Tipo de investigación	Es una investigación transversal
Alcance	217 alumnos estudiando en el ciclo de verano.
Diseño	cuantitativa descriptiva y explicativa
Delimitación espacial	Se encuestó alumnos solamente que estuvieron en la universidad de Quintana Roo
Delimitación temporal	En un lapso de su estancia en verano 2022
Objeto de estudio	Satisfacción del alumno en los servicios administrativos
Unidad de análisis	Alumnos estudiando en verano que ya tengan conocimiento de las áreas administrativas.
Técnica (s)	Encuesta a través de QR online y encuestas físicas
Instrumento (s)	Encuesta con 5 categorías seguida con datos geográficos.
Población o Universo muestral	Población mayor a los 18 años que estudian en el campus Cozumel estudiantes en el periodo de verano 2022
Muestra	Muestra no probabilística de conveniencia.
Prueba piloto	Se realizó una encuesta piloto de 10 personas entre alumnos.

*Nota: Elaboración propia del resumen de la investigación*

## Capítulo 4

### Análisis de Resultados

La recopilación de la información se realizó durante el verano escolar de 2022 en el campus Cozumel como investigación de conocer la satisfacción en general de los alumnos hacia los servicios administrativos, así también como la satisfacción de las diferentes áreas y el área con mayor inconformidad.

#### Datos demográficos

Como inicio en los datos demográficos se preguntó la edad de los alumnos entrevistados teniendo en cuenta las respuestas entre rangos de edad iniciando con menos de 18 años, seguidamente con 18 a 25 años, 26 a 30 años, 31 a 40 años, y por ultimo más de 40 años, como resultado durante el periodo de verano el 80.3 % que fueron 102 alumnos entrevistados tienen un rango de edad entre los 18 a 25 años y el 8% que equivale a 1 alumno entro en el rango de menos de 18 años como se puede apreciar en la siguiente tabla.

**Tabla 6**  
*Edad de la muestra*

		<b>¿Cuántos años tienes?</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 18 años	1	.8	1.0	1.0
	18 a 25 años	102	80.3	99.0	100.0
	Total	103	81.1	100.0	
Perdidos	Sistema	24	18.9		
Total		127	100.0		

*Nota: Elaboración propia a partir de los datos recabados*

En la pregunta demográfica siguiente, se consultó a los participantes sobre la carrera que estaban estudiando. Los resultados fueron los siguientes: un 8% de los alumnos pertenecían a la carrera de Gestión de Servicios Turísticos, un 12.6% eran estudiantes de Lengua Inglesa, un 5.5% correspondían a la carrera de Manejo de Recursos Naturales, y el porcentaje más alto, un 76.7%, representaba a 79 alumnos de Mercadotecnia y Negocios. Se observó una diferencia significativa en la participación de alumnos de distintas carreras, lo cual podría atribuirse al periodo de verano en el que no todas las materias estaban disponibles. Los estudiantes de Mercadotecnia y Negocios mencionaron que algunos estaban adelantando materias o poniéndose al día con su carga académica. Cabe destacar que un 18.9% de los alumnos no respondieron esta pregunta.

**Tabla 7**

*Distribución de frecuencia y porcentaje de las carreras de los de los estudiantes encuestados*

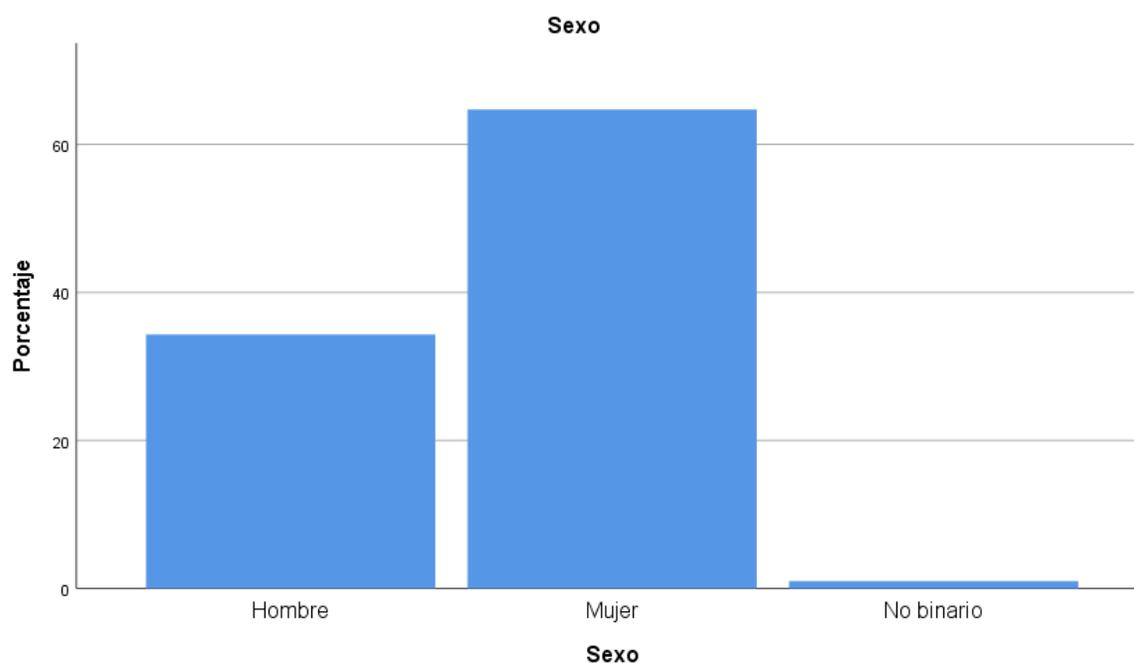
		<b>¿Qué carrera estudias?</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Gestión de Servicios Turísticos	1	.8	1.0	1.0
	Lengua Inglesa	16	12.6	15.5	16.5
	Manejo de Recursos Naturales	7	5.5	6.8	23.3
	Mercadotecnia y Negocios	79	62.2	76.7	100.0
	Total	103	81.1	100.0	
Perdidos	Sistema	24	18.9		
<b>Total</b>		<b>127</b>	<b>100.0</b>		

*Nota: Elaboración propia a partir de los datos recabados.*

La mayoría de los encuestados fueron mujeres con un porcentaje de 52% corresponde a 66 alumnas y el 27.6 % a hombres y con un 8 % que equivale 1 alumnos se considera no binario.

### Figura 3

*Porcentajes de los participantes según el sexo.*

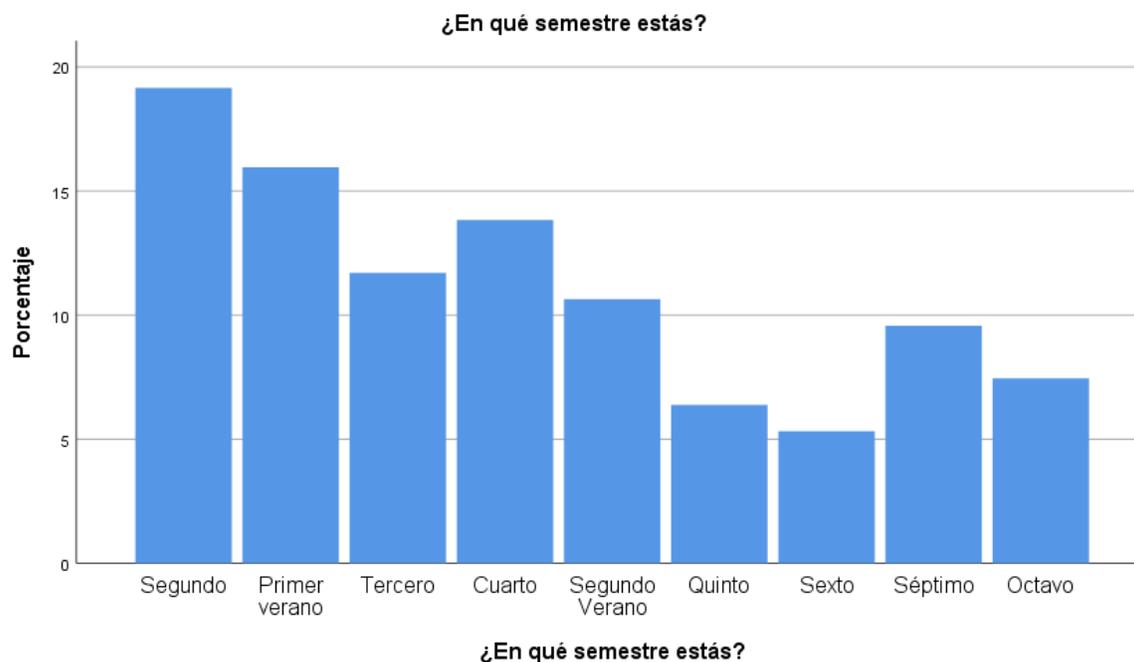


*Nota: Elaboración propia a partir de los datos recabados.*

Se determinó que la distribución de los alumnos varía en función del semestre en el que se encuentran. Se observó que durante el segundo y primer verano hay un mayor número de alumnos, mientras que en los semestres cuarto, quinto y sexto se registró una menor cantidad. Esta diferencia puede atribuirse al hecho de que algunos alumnos en estos semestres estaban tomando materias remediales, lo que afectó su participación en la encuesta.

**Figura 4**

*Porcentajes general de los semestres en los que se encontraban los alumnos durante el ciclo de verano.*



*Nota: Elaboración propia a partir de los datos recabados.*

Para determinar la satisfacción de cada una de las áreas con las que el estudiante tiene contacto, se realizó la encuesta y se tuvieron los siguientes resultados.

### **Satisfacción de los servicios bibliotecarios**

Los servicios ofrecidos por la biblioteca incluyen apoyo y consulta especializada para resolver dudas y recibir sugerencias, atención a usuarios externos, búsqueda de información de libros, préstamos bibliotecarios, acceso a salas de estudio, préstamos de libros para llevar, préstamos de cubículos y computadoras con instalaciones amplias y adecuadas para un entorno tranquilo y limpio. Además, se proporcionan cubículos separados para aquellos alumnos y maestros que necesitan un espacio pequeño y cómodo para realizar sus investigaciones sin distracciones. La biblioteca también ofrece un catálogo virtual para agilizar la búsqueda de revistas, tesis, libros, etc., y brinda la facilidad de hacer préstamos en línea para recoger posteriormente.

En cuanto a la satisfacción general con los servicios de la biblioteca, los resultados mostrados en la siguiente tabla reflejan un nivel bajo de satisfacción con una frecuencia de 23, lo que equivale al 18% de los encuestados insatisfechos. Un 17% de los alumnos manifestaron una satisfacción neutral con respecto a los servicios, mientras que el 65% de los encuestados expresaron estar satisfechos con los servicios brindados.

**Tabla 8**

*Satisfacción general de los servicios bibliotecarios*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	23	18%
Medio	22	17%
Alto	83	65%
Total	128	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recolectados*

***Percepción de la confiabilidad de los servicios bibliotecarios***

En la percepción de la confiabilidad de los servicios bibliotecarios los alumnos se encuentran mayormente satisfechos con un nivel de 69% mientras un 21 % de los alumnos se sienten neutrales sobre la confianza sobre el servicio, un 10 % de los alumnos se sienten insatisfechos sobre la información y resolución de problemas que el personal ofrece.

**Tabla 9**

*Frecuencias y porcentajes de la percepción de la confiabilidad de los servicios bibliotecarios*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	13	10%
Medio	27	21%
Alto	87	69%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recolectados*

### ***Percepción de la empatía de los servicios bibliotecarios***

En relación con la percepción del trato por parte del personal en los servicios bibliotecarios, se observó que un 4% de los estudiantes manifestaron estar insatisfechos con el trato recibido. Un 18% de los alumnos expresaron una percepción neutral en cuanto al trato del personal, mientras que un 78% de los estudiantes se sintieron satisfechos con el trato recibido. Es importante destacar que hubo un bajo número de alumnos que reportaron insatisfacción en este aspecto.

#### **Tabla 10**

*Frecuencia y porcentaje de la percepción de la dimensión sobre empatía de los servicios bibliotecarios.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	4%
Medio	20	18%
Alto	86	78%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recolectados*

### ***Percepción de la tangibilidad de los servicios bibliotecarios***

Sobre el equipo e instalaciones del área de biblioteca con un porcentaje de 4% de los alumnos se sintieron insatisfechos, con un nivel bajo del 9% comparando con las otras dimensiones del área de biblioteca se sintieron neutrales. Y un incremento de alumnos con el 87% de los encuestados se sintieron satisfechos con los equipos e instalaciones.

**Tabla 11**

*Frecuencia y porcentaje de la percepción de Tangibilidad de los servicios bibliotecarios.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	4	4%
Medio	10	9%
Alto	96	87%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recolectados*

***Percepción de la seguridad de los servicios bibliotecarios.***

La seguridad de los alumnos es de suma importancia, por lo tanto, se incluyeron preguntas relacionadas con la integridad y seguridad de los estudiantes en el área. Los resultados indicaron que la mayoría de los alumnos se sienten satisfechos con la seguridad proporcionada. Sin embargo, un 19% de los estudiantes expresaron una percepción neutral al respecto, mientras que un 8% se sintieron insatisfechos. Es relevante destacar que se deben tomar medidas para abordar las inquietudes de aquellos estudiantes que no se sienten completamente satisfechos con la seguridad del área.

**Tabla 12**

*Frecuencia y porcentaje de la percepción sobre la seguridad de los servicios bibliotecarios*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	9	8%
Medio	21	19%
Alto	80	73%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recolectados*

### ***Percepción de la capacidad de respuesta de los servicios bibliotecarios***

La percepción que tuvieron los alumnos un 11 % se sintieron insatisfechos y un 17 % neutrales sobre la facilidad de comunicación y respuesta mientras tanto un 72% se encuentran satisfechos sobre la forma de atender del personal.

#### ***Tabla 13***

*Frecuencias y porcentaje sobre la percepción de capacidad de respuesta de los servicios bibliotecarios.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12	11%
Medio	19	17%
Alto	79	72%
Total	110	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados.*

### **Satisfacción de los servicios de control escolar**

Los servicios proporcionados por el área de Control Escolar incluyen el historial académico y boleta, constancias de estudio y carga académica, reposición y refrendo de credenciales, certificados totales y parciales, calendarios, cambios de carrera o campus, y guías de inscripción SAE.

En cuanto a la satisfacción general con los servicios del área de Control Escolar, se encontró que 24 alumnos expresaron su insatisfacción, mientras que 42 alumnos manifestaron una opinión neutral. Por otro lado, 61 alumnos se mostraron satisfechos con los servicios proporcionados. Es importante considerar las opiniones de los alumnos insatisfechos para identificar áreas de mejora y garantizar un servicio de calidad en el área de Control Escolar.

**Tabla 14**

*Satisfacción general en frecuencias y porcentajes de los servicios de control escolar.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	24	19%
Medio	42	33%
Alto	61	48%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados.*

***Percepción de la confiabilidad de los servicios de control escolar***

En la dimensión de confiabilidad la mayoría de los alumnos con un 63% opinaron que se encuentran satisfechos con la información que les brinda, la resolución de problema y capacitación del personal, con el 23% de los alumnos se consideraron neutrales con la confiabilidad que les brindan y un 14 % de los demás alumnos se sintieron insatisfechos.

**Tabla 15**

*Frecuencias y porcentajes sobre la percepción de confiabilidad de los servicios de control escolar.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	18	14%
Medio	29	23%
Alto	80	63%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

***Percepción de empatía de los servicios de control escolar.***

Es evidente que la mayoría de los alumnos se encuentran satisfechos con los servicios proporcionados, como se muestra en la tabla. Sin embargo, es importante tener en cuenta que un 18% de los alumnos expresaron su insatisfacción y un 24% manifestaron una opinión neutral, sin estar ni satisfechos ni insatisfechos. Estos resultados indican la necesidad de mejorar el trato que reciben los estudiantes, ya que es fundamental que se sientan confiados

y cómodos al buscar y solicitar información en el área de Control Escolar. Realizar ajustes en el servicio y fortalecer la comunicación con los alumnos contribuirá a mejorar su experiencia y satisfacción en esta área.

**Tabla 16**

*Frecuencias y porcentajes de la percepción sobre la empatía de los servicios de control escolar.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	23	18%
Medio	31	24%
Alto	73	57%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

***Percepción de tangibilidad de los servicios control escolar.***

Con un nivel más alto del 63% de los alumnos se sintieron satisfechos con este indicador que por otro lado en la confiabilidad tienen semejanza en la satisfacción con este indicador. Sin embargo, un 19% consideraron neutrales y un 18% se sintieron insatisfechos a comparación del primer indicador en este si incremento del 4% de insatisfechos.

**Tabla 17**

*Frecuencias y porcentaje de la percepción de Tangibilidad de los servicios de control escolar*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	23	18%
Medio	24	19%
Alto	80	63%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

### ***Percepción de seguridad de los servicios de control escolar.***

Los alumnos percibieron que se sienten satisfechos con la seguridad, comparando con los otros indicadores tiene incremento en el nivel neutral con un 25% y con un 21% se sintieron insatisfechos.

**Tabla 18**

*Frecuencias y porcentajes de la percepción de los servicios de control escolar.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	27	21%
Medio	32	25%
Alto	68	54%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

### ***Percepción de la capacidad de respuesta de los servicios de control escolar***

Se observa que en este indicador existe una mayor proporción de alumnos que se encuentran en los niveles medio y bajo de satisfacción, en comparación con aquellos que están en el nivel alto. Esto indica que la rapidez y agilidad en el manejo de respuestas no cumple totalmente con las expectativas de los alumnos. Por otro lado, es interesante observar que un número considerable de alumnos se mantienen neutrales, lo que sugiere que no tienen una postura clara de satisfacción o insatisfacción en relación con este aspecto.

Además, es importante destacar que en comparación con las otras dimensiones evaluadas, el nivel de insatisfacción en este indicador es más alto, con un 27% de alumnos manifestando insatisfacción. Por otro lado, un 24% se mantiene neutral y un 49% se siente satisfecho. Estos resultados indican la necesidad de mejorar la rapidez y agilidad en el manejo de respuestas para brindar un servicio más eficiente y satisfactorio a los alumnos.

Tabla 19

*Frecuencia y porcentaje de la percepción sobre la capacidad de respuesta de los servicios de control escolar*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	34	27%
Medio	31	24%
Alto	62	49%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

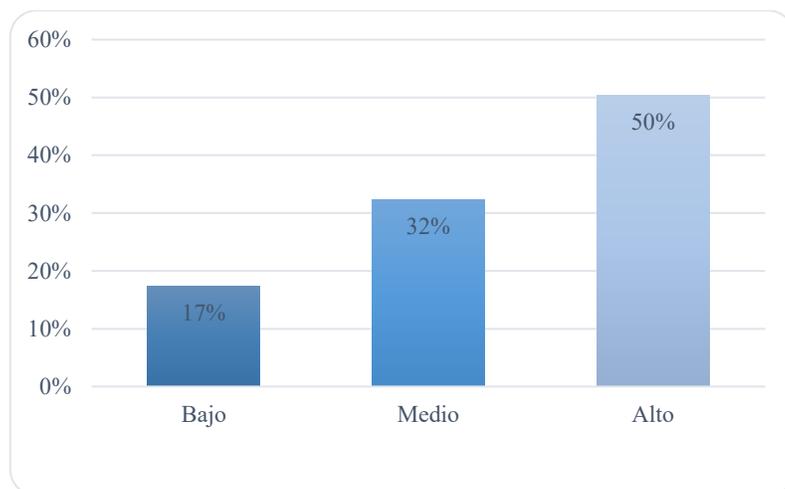
### **Satisfacción de los servicios estudiantil**

El área de Servicio Estudiantil tiene como objetivo principal brindar información y dar seguimiento a los trámites y servicios relacionados con la admisión, servicios educativos, titulación y otros procesos administrativos. Entre sus funciones se encuentran el sistema electrónico de tutorías, la recepción de documentación de prácticas profesionales y servicios sociales, así como el envío de dicha documentación a las áreas correspondientes. También se encargan de proporcionar información sobre lugares de prácticas y servicios, y de gestionar trámites de titulación y certificados.

Al analizar los resultados, se observa que el 50% de los alumnos se encuentran satisfechos en general con los servicios estudiantiles. Por otro lado, un 17% manifestó sentirse insatisfecho, mientras que un 32% se posicionó en un nivel neutral de satisfacción. Estos resultados indican que si bien existe una proporción considerable de alumnos satisfechos, es importante atender las preocupaciones y necesidades de aquellos que se encuentran insatisfechos o en un estado neutral. Esto permitirá mejorar la calidad y eficiencia de los servicios estudiantiles y brindar un mejor apoyo a los estudiantes en sus trámites y procesos académicos.

## **Figura 5**

*Satisfacción general en porcentajes de los servicios estudiantiles*



*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

### ***Percepción de la confiabilidad de los servicios estudiantil.***

Un total de 78 alumnos expresaron sentirse satisfechos con los servicios estudiantiles, lo cual representa una proporción significativa en comparación con otros indicadores. Además, 34 alumnos manifestaron tener una percepción neutral, lo que implica que no se inclinan claramente hacia la satisfacción o la insatisfacción. Por otro lado, se observó que un grupo minoritario de 15 alumnos se consideró insatisfecho.

Estos resultados sugieren que en el área de los servicios estudiantiles se ha logrado generar un nivel satisfactorio de confiabilidad y satisfacción para la mayoría de los alumnos. Sin embargo, es importante seguir trabajando en mejorar la experiencia y atender las necesidades específicas de los alumnos que expresaron una percepción neutral o de insatisfacción. De esta manera, se busca garantizar una atención de calidad y fomentar un entorno propicio para el desarrollo académico y personal de los estudiantes.

**Tabla 20**

*Frecuencia y porcentajes de la percepción sobre la confiabilidad de los servicios estudiantil.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	15	12%
Medio	34	27%
Alto	78	61%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

***Percepción de empatía de los servicios estudiantil.***

Se observa que un 58% de los alumnos expresaron satisfacción con la percepción de empatía en los servicios ofrecidos, lo que refleja una respuesta positiva en términos del trato, la atención y la amabilidad recibida. Por otro lado, un 24% de los alumnos manifestaron una percepción neutral, lo que indica que no tienen una opinión clara en cuanto a la empatía brindada por parte del personal.

Sin embargo, es importante destacar que un 17% de los alumnos consideraron que existe margen de mejora en cuanto a la empatía en los servicios estudiantiles. Estos resultados indican que se deben fortalecer las habilidades y la sensibilidad del personal para brindar un trato más empático y acogedor hacia los estudiantes. La empatía es fundamental para generar un ambiente de confianza y apoyo, por lo que es necesario trabajar en el desarrollo de estas habilidades para satisfacer las necesidades emocionales y académicas de los alumnos.

**Tabla 21**

*Frecuencia y porcentajes de la percepción de empatía sobre el servicio estudiantil*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	22	17%
Medio	31	24%
Alto	74	58%

Total	127	100%
-------	-----	------

---

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

***Percepción de tangibilidad de los servicios estudiantil.***

En la dimensión de tangibilidad en los servicios estudiantiles, se observa que existe un alto nivel de satisfacción en comparación con las otras dimensiones del área. Un significativo 63% de los alumnos expresaron estar satisfechos con la tangibilidad de los servicios, lo que implica que perciben que los recursos físicos, instalaciones y materiales proporcionados son adecuados y de calidad.

Por otro lado, se registra un nivel bajo de neutralidad, con un porcentaje de 20% de alumnos que no tienen una opinión clara sobre la tangibilidad de los servicios. Esto podría deberse a la falta de una experiencia significativa o a una percepción ambivalente por parte de estos estudiantes.

Sin embargo, es importante mencionar que un 17% de los alumnos expresaron insatisfacción en esta dimensión. Esto indica que hay aspectos relacionados con la tangibilidad de los servicios estudiantiles que deben ser mejorados para cumplir con las expectativas de los estudiantes y proporcionarles un entorno físico más adecuado y satisfactorio.

En general, los resultados muestran que la dimensión de tangibilidad es uno de los aspectos mejor valorados por los alumnos en el área de servicios estudiantiles, pero aún existen oportunidades para mejorar y garantizar una experiencia aún más positiva y satisfactoria en esta área.

**Tabla 22**

*Frecuencias y porcentajes de la percepción de la tangibilidad de los servicios estudiantil*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	21	17%
Medio	26	20%
Alto	80	63%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

### ***Percepción de seguridad de los servicios estudiantil***

En relación con la percepción de seguridad en el área de servicios estudiantiles, se observa que un 19% de los alumnos expresaron insatisfacción en este aspecto. Esto implica que perciben que hay deficiencias o problemas en cuanto a la seguridad proporcionada por el personal y las instalaciones.

En cuanto a la dimensión de empatía con la seguridad, se registró un nivel neutral del 24%. Esto indica que algunos alumnos no tienen una opinión clara sobre el trato y la atención recibida en relación con la seguridad.

Sin embargo, es alentador destacar que el 57% de los alumnos se encuentran satisfechos con la seguridad brindada por el personal y las instalaciones del área. Esto sugiere que la mayoría de los estudiantes perciben un nivel adecuado de seguridad y se sienten cómodos y protegidos en el entorno estudiantil.

Es importante tener en cuenta las opiniones de los alumnos insatisfechos y neutrales, ya que estos resultados indican áreas de mejora en términos de seguridad. Es fundamental trabajar en la implementación de medidas adicionales o en la comunicación efectiva de las existentes para garantizar un ambiente seguro y confiable para todos los estudiantes.

En general, se puede concluir que aunque la mayoría de los alumnos se sienten satisfechos con la seguridad proporcionada por el personal y las instalaciones del área de servicios estudiantiles, aún hay aspectos que requieren atención y mejora para asegurar la satisfacción y confianza plena de todos los estudiantes.

**Tabla 23**

*Frecuencia y porcentaje de la percepción de seguridad de los servicios estudiantil*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	24	19%
Medio	30	24%
Alto	73	57%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

***Percepción de la capacidad de respuesta de los servicios estudiantil.***

En la dimensión de capacidad de respuesta en el área de servicios estudiantiles, se observa un incremento en el nivel de insatisfacción por parte del alumnado, en comparación con las otras dimensiones del área. Esto implica que los alumnos expresan descontento en cuanto a la habilidad y rapidez de respuesta por parte del personal encargado.

Un 29% de los alumnos manifestaron una percepción neutral en este aspecto, lo que indica que tienen una opinión indecisa o no tienen una clara evaluación sobre la capacidad de respuesta del personal.

Por otro lado, un 46% de los alumnos se encuentran satisfechos con la habilidad y rapidez de respuesta en el área de servicios estudiantiles. Aunque esta cifra representa menos de la mitad de los encuestados, demuestra que existe un porcentaje significativo de estudiantes que perciben una respuesta adecuada por parte del personal.

Sin embargo, es importante destacar que en esta dimensión se registra un mayor número de alumnos insatisfechos en comparación con las otras dimensiones del área. Esto indica que hay aspectos que deben mejorarse en términos de la capacidad de respuesta del personal, con el objetivo de atender de manera más eficiente las necesidades y consultas de los estudiantes.

En conclusión, se puede observar que la dimensión de capacidad de respuesta presenta un nivel de insatisfacción más elevado en comparación con las otras dimensiones del área de servicios estudiantiles. Es fundamental analizar las causas de esta insatisfacción y tomar las medidas necesarias para mejorar la habilidad y rapidez de respuesta, con el objetivo de satisfacer de manera efectiva las necesidades y expectativas de los estudiantes.

**Tabla 24**

*Frecuencia y porcentajes de la percepción de capacidad de respuesta de los servicios estudiantiles*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	32	25%
Medio	37	29%
Alto	58	46%
Total	127	100%

*Nota Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

**Satisfacción de los servicios de cultura y deporte.**

La Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo ofrece una amplia variedad de áreas culturales y deportivas con el objetivo de fomentar la creatividad, la salud y el compañerismo entre los estudiantes. Estas actividades buscan mantener a los estudiantes activos y apoyar su bienestar mental y físico, especialmente teniendo en cuenta los desafíos y el estrés que pueden enfrentar debido a sus horarios académicos y responsabilidades laborales.

Dentro de las áreas culturales, se ofrecen actividades como artes plásticas, bailes caribeños, bailes españoles, música caribeña, teatro, creación literaria, introducción a la producción radiofónica, coro, rondalla, folklore y ballet clásico. En cuanto a las áreas deportivas, se brindan opciones como natación, halterofilia, basquetbol, futbol soccer, futbol rápido, aerobics, voleibol, ajedrez, béisbol, entre otros.

Es importante evaluar el nivel de satisfacción de los alumnos con respecto a estas actividades, con el fin de mejorar continuamente el área de cultura y deporte. Según los resultados de la encuesta, un total de 59 alumnos, equivalente al 46% de los encuestados, manifestaron sentirse satisfechos con los servicios proporcionados en estas áreas. Un 46% de los estudiantes se mantuvieron en una posición neutral, lo que indica una falta de una evaluación clara de los servicios. Por otro lado, un 20% de los alumnos expresaron su insatisfacción con los servicios de cultura y deporte.

Estos resultados nos brindan información valiosa para orientar las mejoras en el área y garantizar una mayor satisfacción de los estudiantes. Es necesario analizar los aspectos que generaron insatisfacción y buscar soluciones para abordarlos. Al mismo tiempo, es importante promover una mayor participación y concientización entre los alumnos sobre las oportunidades culturales y deportivas que ofrece la universidad.

En conclusión, la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo proporciona una amplia gama de áreas culturales y deportivas para enriquecer la experiencia de los estudiantes. Si bien existe una satisfacción general entre los alumnos, también se deben tomar medidas para mejorar y superar las áreas de insatisfacción. Esto permitirá que los estudiantes disfruten plenamente de las actividades culturales y deportivas, y se beneficien tanto a nivel físico como mental en su trayectoria académica.

**Tabla 25**

*Satisfacción general en frecuencias y porcentajes de los servicios de cultura y deporte.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	25	20%
Medio	43	34%
Alto	59	46%
Total	127	100%

*Nota Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

***Percepción de la confiabilidad de los servicios de cultura y deporte.***

En cuanto a la percepción de confiabilidad en los servicios de cultura y deporte de la Universidad de Quintana Roo, es importante destacar que un 20% de los alumnos manifestaron sentirse insatisfechos con la información brindada y la resolución de problemas o dudas. Esto indica que existe una oportunidad de mejora en la comunicación y la capacidad de respuesta por parte del personal encargado.

Por otro lado, un número considerable de alumnos, un 37%, se mostraron neutrales en su nivel de satisfacción, lo que indica que no tienen una evaluación clara o definitiva sobre la confiabilidad de los servicios. Es posible que estos estudiantes requieran más información o una experiencia más sólida para formarse una opinión.

Sin embargo, es alentador observar que un 43% de los alumnos se sintieron satisfechos con la confiabilidad de los servicios. Esto sugiere que hay aspectos positivos en la forma en que se brinda información y se resuelven las inquietudes de los estudiantes en general.

Para mejorar la percepción de confiabilidad, es fundamental evaluar los motivos detrás de la insatisfacción de algunos alumnos y tomar medidas para abordar esos problemas específicos. Esto podría incluir brindar información más clara y precisa,

establecer canales de comunicación efectivos, capacitar al personal para resolver dudas de manera eficiente y asegurarse de que los estudiantes se sientan respaldados y confiados al participar en las actividades culturales y deportivas.

**Tabla 26**

*Frecuencia y porcentaje sobre a percepción de la dimensión de confiabilidad de los servicios de cultura y deporte.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	25	20%
Medio	47	37%
Alto	55	43%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

**Percepción de empatía de los servicios de cultura y deporte.**

Comparando con la primera dimensión de confiabilidad, en el nivel bajo disminuyo 2% de los alumnos, así mismo los que se encuentran neutrales también disminuyeron con la diferencia de 12% de los alumnados, como se aprecia en la siguiente tabla ahora insatisfechos obtiene un nivel de 18% y neutrales un 25%, no obstante incremento en el nivel alto 57% se sintieron satisfechos.

**Tabla 27**

*Frecuencias y porcentajes de la percepcion de la dimension de empatia de los servicios de cultura y deporte*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	23	18%
Medio	32	25%
Alto	72	57%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

### ***Percepción de tangibilidad de los servicios de cultura y deporte***

A diferencia con la dimensión de empatía en la dimensión de tangibilidad aumento un pequeño porcentaje de alumnos insatisfechos y neutrales y disminuyo en alumnos con nivel alto en satisfacción con un 19% alumnos insatisfechos, neutrales con un 27% y satisfechos con un 54%.

**Tabla 28**

*Frecuencias y porcentajes sobre la percepción de la dimensión de tangibilidad de los servicios de cultura y deporte*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	24	19%
Medio	34	27%
Alto	69	54%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

### ***Percepción de seguridad de los servicios de cultura y deporte.***

Igualando su nivel de insatisfacción con un 18 % es igual a la dimensión de empatía, diferenciándolos con los alumnos que se consideran neutrales con un 24% seguidamente volviendo igualar su nivel de satisfacción de 57%.

**Tabla 29**

*Frecuencias y porcentajes sobre la percepción de la dimensión de seguridad en los servicios de cultura y deporte*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	23	18%
Medio	31	24%
Alto	73	57%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

### ***Percepción de la capacidad de respuesta de los servicios de cultura y deporte.***

En la dimensión de capacidad de respuesta de los servicios de cultura y deporte de la Universidad de Quintana Roo, se observa un nivel más alto de insatisfacción en comparación con las otras dimensiones de la misma área. Un 25% de los alumnos manifestaron sentirse insatisfechos con la capacidad de respuesta de los servicios, lo que indica que existen áreas de mejora en este aspecto.

Por otro lado, un 30% de los estudiantes se mostraron neutrales en su evaluación, lo que indica que no tienen una percepción clara sobre la capacidad de respuesta de los servicios. Es importante tomar en cuenta esta información para identificar posibles áreas de mejora y garantizar una respuesta adecuada y oportuna a las necesidades de los alumnos.

Sin embargo, es alentador observar que el 45% de los alumnos se sintieron satisfechos con la capacidad de respuesta de los servicios. Esto sugiere que existen aspectos positivos en la forma en que se atienden las consultas y solicitudes de los estudiantes, aunque aún se requiere trabajar en la mejora de la satisfacción general en esta dimensión.

#### **Tabla 30**

*Frecuencia y porcentajes de la percepción de la dimensión de capacidad de respuesta de los servicios de cultura y deporte*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	32	25%
Medio	38	30%
Alto	57	45%
Total	127	100%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

Para Identificar las áreas que tienen mayor satisfacción de los alumnos del campus Cozumel se realizó la siguiente tabla 31.

Se comparó los resultados generales de satisfacción de cada área demostrando que el área con mayor satisfacción fue biblioteca con 65% satisfechos con el área.

**Tabla 31**

*Comparación de frecuencias y porcentajes de las áreas investigadas que tienen mayor satisfacción entre los alumnos del campus Cozumel*

	Biblioteca	Control escolar	Servicio estudiantil	Cultura y deporte
Nivel	Satisfacción	Satisfacción	Satisfacción	Satisfacción
Frecuencia	83	61	64	59
Porcentaje	<b>65%</b>	48%	50%	46%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados generales recabados.*

Para Identificar las áreas que tienen mayor inconformidad de los alumnos del campus Cozumel se realizó la siguiente tabla.

La siguiente tabla muestra en general la insatisfacción de cada área, se puede identificar que el que mayor insatisfacción perciben los alumnos es el área de cultura y deporte con un 20% como segundo lugar con mayor insatisfacción control escolar con 19 %, quedando así biblioteca en tercer lugar con 18% y el área con menor insatisfacción con 17% es servicio estudiantil

**Tabla 32**

*Comparación general de los servicios administrativos que tienen mayor inconformidad entre los alumnos del campus Cozumel*

	Biblioteca	Control escolar	Servicio estudiantil	Cultura y deporte
Nivel	Insatisfacción	Insatisfacción	Insatisfacción	Insatisfacción
Frecuencia	23	24	22	25
Porcentaje	18%	19%	17%	20%

*Nota: Elaboración propia a partir de los resultados recabados*

## **Capítulo 5**

### **Discusiones y Conclusiones**

#### **Discusiones**

Durante la pandemia del COVID-19, las instituciones educativas tuvieron que enfrentar numerosos desafíos y adaptarse a nuevas modalidades de enseñanza y comunicación. La comunicación se volvió principalmente en línea, y se establecieron citas para aquellos asuntos que requerían la presencia física de estudiantes y personal universitario. Muchas instituciones llevaron a cabo investigaciones para identificar áreas de mejora tanto durante como después de la pandemia.

A nivel internacional y nacional, se observó que las instituciones educativas estaban preparadas para este cambio radical y reconocieron la importancia de la confianza entre los estudiantes y las universidades. Se dieron cuenta de que la mejor manera de evaluar y mejorar la calidad de los servicios era entender las necesidades de los estudiantes y escuchar sus sugerencias. Sin embargo, es importante destacar que en algunas instituciones los resultados de los estudios de satisfacción no fueron positivos en general. En el estudio de *Implemented & Percep*, (2022) optaron con la retroalimentación de escuchar al alumnado y brindar calidad en el servicio, que asemeja a otras investigaciones.

La investigación nacional destaca que la comunicación desempeña un papel fundamental en la satisfacción de los servicios estudiantiles. Los pilares de esta comunicación incluyen la investigación, la colaboración, la interacción y la capacidad, que ayudan a determinar el nivel de satisfacción del estudiante en base a su experiencia. Es importante que las instituciones se esfuercen por establecer una comunicación efectiva con los estudiantes, brindando información detallada y soluciones a sus problemas, así como una atención rápida, eficiente y comprensiva.

En relación con la investigación realizada, se observó que algunos alumnos no estaban completamente familiarizados con las funciones y servicios ofrecidos por cada área. Esto puede ser una causa de insatisfacción en todas las áreas, aunque los porcentajes de insatisfacción pueden variar. Es importante identificar las dimensiones específicas en las que se puede mejorar para abordar estas preocupaciones y proporcionar una mejor experiencia a los estudiantes.

En el área de cultura y deporte, se encontró un aumento de inconformidad en las dimensiones de confiabilidad y capacidad de respuesta. Durante la pandemia, la comunicación en esta área se vio afectada debido a la predominancia de clases presenciales en estas disciplinas. La organización de horarios y las limitaciones impuestas por la pandemia pueden haber sido factores relevantes en la insatisfacción de los estudiantes. Es fundamental trabajar con el personal encargado de brindar servicios en esta área para mejorar la información proporcionada, resolver problemas de manera efectiva y ofrecer una atención rápida y comprensiva que satisfaga las necesidades de los estudiantes.

Para recalcar, la universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo cuenta con el personal capacitado, su empatía y su atención hacia el alumnado es admirable, día a día trabajan para llevar un control de todos los estudiantes del plantel, en base a la experiencia siempre han sido empáticos y de confianza en la resolución de dudas y problemas, la experiencia del asesoramiento de información es práctico desde el procedimiento de pasos para alguna documentación.

Durante la pandemia fue complicado estar informado, eran demasiados correos que se enviaban en las diferentes áreas, sin embargo aún seguían contestando cada uno de los mensajes, enviaron comunicados de la manera que se enviaran correos de forma para agilizar la contestación de mensajes, la recepción de documentos, el plan que realizaron fue efectivo

los alumnos se sentían confiados al ir personal en cada instalaciones, las áreas administrativas agilizaron el manejo de documentación e información apoyándose mutuamente a brindar información a todos los alumnos las áreas trabajaron en equipo.

Por otra parte, la comunicación de los servicios administrativos durante verano del 2022 fue controlado con las medidas de higiene debido que ya nos encontrábamos en semáforo verde, durante la estadía en las instalaciones se abrió horarios accesibles y se empezó agilizar la atención en las clases y servicios administrativos esto puede ser un factor que posiblemente mejoro la satisfacción del alumnado ya que podía preguntar dudas a los docentes y servicios administrativos e ir a las instalaciones y sentirse cómodo y comfortable dado que por la pandemia no podían salir de sus domicilios y para algunos alumnos no tenían el recurso y accesibilidad de una computadora, un espacio tranquilo, celular o internet que permitía sentirse cómodo en su entorno.

### **Limitaciones**

Durante el proceso de investigación, se encontraron varias limitaciones que podrían haber afectado los resultados y la representatividad de la muestra. Estas limitaciones incluyen:

**Tamaño de la muestra:** Se observó una limitación en el número de alumnos que participaron en las encuestas. Debido a la baja asistencia en los salones y a la ausencia de algunos alumnos en los días designados para la encuesta, el tamaño de la muestra puede haber sido reducido y no representativo de toda la población estudiantil.

**Acceso a internet y dispositivos:** Algunos alumnos enfrentaron limitaciones de acceso a internet y dispositivos móviles, lo que dificultó su participación en las encuestas online. Esto puede haber generado un sesgo en los resultados, ya que aquellos sin acceso a internet o dispositivos no pudieron participar.

Resistencia para participar: Hubo casos en los que algunos alumnos se negaron a participar en las encuestas físicas, lo que también puede haber afectado la representatividad de la muestra. La falta de participación de algunos alumnos puede introducir sesgos en los resultados.

Reducción del número de preguntas: Debido a la percepción de que las encuestas tenían demasiadas preguntas, se decidió reducir el número de preguntas durante la aplicación. Esto puede haber llevado a una pérdida de información relevante y afectado la exhaustividad del estudio.

Diseño de la encuesta: Aunque se utilizó el enfoque de escala Likert para medir la satisfacción en diferentes dimensiones y áreas, es posible que el diseño de la encuesta no haya capturado completamente todas las variables relevantes. Otras metodologías o enfoques podrían haber proporcionado una visión más completa de la satisfacción estudiantil.

Dadas estas limitaciones, es importante interpretar los resultados con cautela y reconocer que pueden existir sesgos o limitaciones en la representatividad de la muestra. Estos factores deben ser considerados al analizar los hallazgos y al tomar decisiones basadas en ellos.

### **Recomendaciones.**

A continuación, se presentan algunas recomendaciones basadas en las limitaciones y hallazgos de la investigación:

Realizar una investigación específica en el área de cultura y deporte: Dado que esta área presentó una mayor inconformidad en las dimensiones de confiabilidad y capacidad de respuesta, se sugiere realizar una investigación más detallada para identificar las áreas específicas dentro de cultura y deporte que requieren mayor atención y mejoras. Esto

permitirá enfocar los esfuerzos en brindar soluciones específicas y adaptadas a las necesidades de los estudiantes.

**Efectuar encuestas por área:** Para obtener información más detallada y específica sobre cada área de servicio, se recomienda implementar encuestas separadas para cada área. Esto permitirá identificar con mayor precisión las fortalezas y debilidades de cada área en términos de satisfacción estudiantil. Las encuestas pueden llevarse a cabo en diferentes períodos, asegurándose de cubrir todas las áreas a lo largo del tiempo.

**Generar materiales informativos:** Con el objetivo de facilitar el acceso a la información y los trámites, se sugiere la creación de materiales informativos, como flyers, que contengan detalles sobre las funciones del área, el personal encargado y su contacto, horarios de atención y, en el caso de áreas específicas, las instalaciones disponibles. Estos materiales proporcionarán a los estudiantes una guía rápida y accesible para resolver dudas y obtener la información necesaria.

**Fomentar la comunicación y la retroalimentación:** Es fundamental promover una comunicación efectiva entre los estudiantes y las áreas de servicio. Se recomienda establecer canales de retroalimentación donde los estudiantes puedan expresar sus opiniones, sugerencias y preocupaciones. Esto permitirá a las instituciones identificar áreas de mejora y responder de manera oportuna a las necesidades de los estudiantes.

**Realizar seguimiento y evaluación continua:** La satisfacción estudiantil es un proceso en constante evolución. Por lo tanto, es importante realizar un seguimiento y evaluación continua de los servicios y las mejoras implementadas. Esto ayudará a verificar la efectividad de las medidas tomadas y permitirá ajustes y mejoras adicionales en función de los resultados y las necesidades cambiantes de los estudiantes.

Estas recomendaciones buscan brindar una base para futuras investigaciones y acciones orientadas a mejorar la satisfacción de los servicios en las áreas mencionadas. Cada institución puede adaptar y personalizar estas recomendaciones de acuerdo con su contexto y recursos disponibles.

### **Conclusiones.**

En resumen, la investigación realizada permitió obtener información sobre la satisfacción de los estudiantes en diferentes áreas de servicio, como biblioteca, control escolar, servicio estudiantil y cultura y deporte. Se utilizó una encuesta en escala Likert con el modelo SERQUAL, que evaluó cinco dimensiones: confiabilidad, empatía, tangibilidad, seguridad y capacidad de respuesta.

Los resultados mostraron que la biblioteca presentó la mayor satisfacción, mientras que cultura y deporte fue el área con mayor inconformidad. Durante la pandemia, la comunicación con los alumnos se vio afectada debido a la transición al formato en línea y posteriormente a las restricciones de aforo en las actividades presenciales.

En cuanto a las áreas específicas, se identificaron dimensiones que requerían mejoras. En biblioteca, se recomendó enfocarse en la capacidad de respuesta y la confianza. En control escolar, se destacaron la capacidad de respuesta y la seguridad. En servicio estudiantil, se mencionó la capacitación de respuesta como área de mejora. Y en cultura y deporte, se señaló la capacidad de respuesta y la confianza como dimensiones a trabajar.

En general, se puede concluir que todas las áreas evaluadas pueden beneficiarse de mejoras para aumentar la satisfacción de los estudiantes. Es importante prestar especial atención al área de cultura y deporte, que presentó el nivel más bajo de satisfacción. Se recomienda realizar investigaciones adicionales en esta área para identificar soluciones y mejoras específicas.

Como conclusión general, se evidenció la importancia de adaptarse a los cambios y mejorar la comunicación con los estudiantes. Se recomendó realizar investigaciones más detalladas en áreas específicas, como cultura y deporte, para identificar y abordar las causas de la insatisfacción.

Además, es fundamental realizar encuestas periódicas de satisfacción a los estudiantes, con el fin de escuchar sus opiniones y recomendaciones. Esto permitirá identificar áreas de mejora tanto en las instalaciones como en el personal, brindando una experiencia más satisfactoria para los estudiantes.

## Referencias

- Álvarez Botello, J., Chaparro Salinas, E., & Reyes Pérez, D. (2015). Estudio de la satisfacción de los estudiantes con los servicios educativos brindados por Instituciones de Educación Superior del Valle de Toluca. *REICE. Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio En Educación*, 13(2), 5–26.
- Álvarez, G., & Delgado, J. (2015). Diseño de Estudios Epidemiológicos. I. El Estudio Transversal: Tomando una Fotografía de la Salud y la Enfermedad. *Blod Clin Hosp Infant Edo Son*, 32(1), 26–34. <http://www.medigraphic.com/pdfs/bolclinhosinfson/bis-2015/bis151f.pdf>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Fundamentos de Marketing* (Pearson). [https://www.academia.edu/8889213/Fundamentos\\_del\\_Marketing\\_Kotler\\_11va\\_ed?auto=download](https://www.academia.edu/8889213/Fundamentos_del_Marketing_Kotler_11va_ed?auto=download)
- Asociación española para la Calidad. (2003). *Como medir la satisfacción del cliente*. [https://books.google.com.mx/books?id=5\\_aHCogvwyEC&printsec=frontcover&dq=satisfacción+del+usuario&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=5_aHCogvwyEC&printsec=frontcover&dq=satisfacción+del+usuario&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Bauce, G. J., Córdova, M. A., & Avila, A. V. (2018). Operacionalización de variables. *Revista Del Instituto Nacional de Higiene “Rafael Rangel” Operaci*, 49(2), 43–50. <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2020/05/1096354/operacionalizacion-de-variables.pdf>
- Bernate, J. A., Guataquira Romero, A., Romero Melo, E. N., & Reyes Escobar, P. C. (2020). Satisfacción de la Calidad Educativa en Educación Superior. *Podium*, 38(38), 37–50. <https://doi.org/10.31095/podium.2020.38.3>
- Bizarro, W., Sucari, W., & Quispe, A. (2022). Efectos diferenciados del COVID-19 en estudiantes universitarios. *Revista Innova Educación*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.35622/j.rie.2022.03.003.es>
- Brea, J., & González, M. (2006). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor: su evaluación en el ámbito del turismo termal. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 12, 251–272.
- Bustamante, M. A., Zerda-Barreno, E. R., Obando, F., & Tello-Sánchez, M. G. (2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Empresarial*, 13(2), 1–15. <https://doi.org/10.23878/empr.v13i2.159>
- Cadena-Badilla, M., Mejías Acosta, A., Vega-Robles, A., & Vásquez Quiroga, J. (2016). La satisfacción estudiantil universitaria: análisis estratégico a partir del análisis de factores. *Industrial Data*, 18(1), 9. <https://doi.org/10.15381/idata.v18i1.12062>
- Cantú Martínez, P. C. (2021). Confianza y satisfacción de estudiantes universitarios durante la pandemia de COVID-19. *Ciencia Unemi*, 14(37), 92–100. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol14iss37.2021pp92-100p>

- Cárdenas, H., & Antonio, J. (2022). Universidades Tecnológicas Ante La Nueva Modalidad De Educación En Línea. *Revista Científica Multidisciplinar*, 2215, 1223–1242. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1571>
- Carlos Ornelas, C. E., & Montelongo Cortés, Y. (2010). La Calidad del Servicio de un Centro de Información. *Conciencia Tecnológica*, 40(Jul-Dic), 5–9. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3664564>
- Cvetković Vega, A., Maguiña, J. L., Soto, A., Lama-Valdivia, J., & Correa López, L. E. (2021). ESTUDIOS TRANSVERSALES. *Revista de La Facultad de Medicina Humana*, 21(1), 164–170. <https://doi.org/10.25176/rfmh.v21i1.3069>
- Del Canto, E., & Silva Silva, A. (2013). Metodología Cuantitativa: Abordaje Desde La Complementariedad En Ciencias Sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, 0(141). <https://doi.org/10.15517/rcs.v0i141.12479>
- Diario Oficial de la Federación. (2020). *Suspension de clases*. 1–9.
- Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición* \*.
- Espinoza Freire, E. E. (2019). *Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. segunda parte*. 15, 5–10. <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v15n69/1990-8644-rc-15-69-171.pdf>
- Esteban, I. G. (2000). *MARKETING DE LOS SERVICIOS*. (Escuela su).
- Fuster, D. E. (2019). 3. Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201–229. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- González, A. J., Carrillo, B. T., & Robles, J. (2011). *Evaluación de la satisfacción académica de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Nayarit*. 6, 46–56.
- González Velázquez, L. (2012). Estrés Académico En Estudiantes Universitarios Asociados a La Pandemia Por Covid-19. *Revista Espacio I+D Innovación Más Desarrollo*, 9(25), 158–179. <https://doi.org/10.31644/imasd.25.2020.a10>
- Grande Esteban, I. (2005). *Marketing de los Servicios* (ESIC 4 ed). [https://books.google.com.mx/books?id=qTBg-oZ6WcYC&printsec=frontcover&dq=marketing+de+servicios+pdf&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=qTBg-oZ6WcYC&printsec=frontcover&dq=marketing+de+servicios+pdf&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Guanipa Pérez, M. (2011). Investigación Cuantitativa y Cualitativa: Interdependencia del Método. *Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 6(11), 1–5. <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=274719836001>
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*.

- Implemented, O. C., & Percep, S. E. (2022). Percepción estudiantil universitaria de los cursos en línea implementados por contingencia covid-19 . Un modelo de ecuaciones estructurales. *Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 12, 30. file:///C:/Users/Maria/Downloads/1169-Texto del artículo-7785-1-10-20220406.pdf
- Inzunza Melo, B., Ortiz Moreira, L., Pérez Villalobos, C., Torres Araneda, G., McColl Calvo, P., Meyer Kother, A., Matus Betancourt, O., Bastías Vega, N., & Bustamante Durán, C. (2015). Estructura factorial y confiabilidad del Cuestionario de Satisfacción Académica de los estudiantes de Medicina chilenos. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación - e Avaliação Psicológica*, 2(40), 73–82. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=459645432008>
- Kotler, P., & Lan, K. (2006). *Dirección de Marketing KotlerKeller* (PEARSON ED).
- Lovelock Christopher, W. J. (2009). *Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategia. Sexta edición* (P. M. G. Rosas. (Ed.); Person edu, p. 672).
- MALAVÉ, N. M., MEJÍAS, A., ROMERO, M. L., & ZERPA, J. D. (2008). Evaluación De La Calidad De Los Servicios, Una Experiencia En La Educación Superior Venezolana. *EDUCERE • Investigación Arbitrada*, 12(43), 797–804.
- Maldonado Radillo, S., Guillén Jiménez, A., Carranza Prieto, R., & Ramírez Barón, M. (2013). ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS RECIBIDOS EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (Analysis of Service Quality Received from Higher Education Institutions). *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 6(7), 67–79.
- Martin, W. (1991). *Servicio de calidad al cliente. La cortesía en el trabajo*. <https://doi.org/58812m3345>
- Martínez-Tur, V., Peiró, J., & Ramos, J. (2001). *Calidad de servicio y satisfacción del ciudadano: una perspectiva psicosocial*.
- Martínez Luis, D., Pérez Fernández, A., Pat Fernández, L. A., & García Rodríguez, J. F. (2020). La importancia de la calidad en la universidad pública. La percepción del estudiante en la Universidad Autónoma del Carmen. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 10(20). <https://doi.org/10.23913/ride.v10i20.658>
- Matas, A. (2018). Escala de Medición. *Revista Electronica de Investigacion Educativa*, 20(1), 38–47.
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*, 34, 181–209. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/425941264005.pdf
- Mauricio, P. S., Chasipanta, S., & Jazmin, D. (2019). *Marketing de servicios* (Grupo Comá).

- Montes, R. (2020). *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 1, 99–109.
- Mora Contreras, C. E. (2011). La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2), 146–162. <https://doi.org/10.5585/remark.v10i2.2212>
- Negil Hill, J. B., & MacDougall, R. (2001). *Como medir la satisfacción del Cliente*. (Paanorama).
- Patrón-Cortés, R. M. (2021). Calidad y satisfacción de los servicios escolares de una institución de educación superior mexicana: la visión de los estudiantes. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 11(22). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.870>
- Ramos-Galarza, C. A. (2020). Los Alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de Corte Transversal. *Revista Médica Sanitas*, 21(3), 141–146. <https://doi.org/10.26852/01234250.20>
- Ruiz, M. I., & Quinte, María del Socorro borboa Quintero, J. C. R. V. (2013). EL ENFOQUE MIXTO DE INVESTIGACIÓN EN LOS ESTUDIOS FISCALES. *Eumed.Net*, 13, 1–25. <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/index.htm>
- Sánchez Quintero, J. (2018). Satisfacción estudiantil en educación superior: validez de su medición. In *reponame: Repositorio Institucional Sergio Arboleda*.
- Satisfacción del cliente, calidad y evaluación: un análisis crítico. (2005). *Revista Del CLAD Reforma y Democracia*, 32, 1–13. [https://books.google.com.mx/books?id=HGylEJxZVJkC&pg=PA52&hl=es&source=gs\\_selected\\_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=HGylEJxZVJkC&pg=PA52&hl=es&source=gs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false)
- Solano Barrera, G., & Aceves Lopez, J. N. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente, para el funcionamiento de las empresas. *Revista El Buzón de Pacioli*, 1(82), 4–13. <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Solomon Michael R. (2013). *Comportamiento del consumidor* (PEARSON ED).
- Surdez Pérez, E. G., Sandoval Caraveo, M. del C., & Lamoyi, C. L. (2018). Satisfacción estudiantil en la valoración de la calidad educativa universitaria. *Educación y Educadores*, 21(1), 9–26. <https://doi.org/10.5294/edu.2018.21.1.1>
- Torres-Salinas, D. (2008). Mark Zuckerberg, founder of facebook, at the universidad de Navarra. *Profesional de La Informacion*, 17(6), 681–684. <https://doi.org/10.3145/epi.2008.nov.14>
- Vargas, M., & Aldana, L. (2014). *Calidad y Servicio: Conceptos y herramientas* (Ecoe edici). <https://books.google.com.mx/books?id=p930DwAAQBAJ&pg=PT275&dq=Hayes,+B+ob+E.+“Cómo+medir+la+satisfacción+del+cliente”.+Ediciones+Gestión+2000,+1995>

&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi\_45ealeD2AhWQRzABHf-OCbYQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q&f=false

- Vergara-Morales, J., Del Valle, M., Diaz, A., & Perez, M. V. (2018). Adaptación de la Escala de Satisfacción Académica en Estudiantes Universitarios Chilenos. *Psicología Educativa*, 24(2), 99–106. <https://doi.org/10.5093/psed2018a15>
- Victoria, C., Salinas Gutiérrez, A., Morales Lozano, J. A., & Martínez Camblor, P. (2008). Satisfacción Del Estudiante Y Calidad Universitaria: Un Análisis Explicatorio En La Unidad Académica Multidisciplinaria Agronomía Y Ciencias De La Universidad Autónoma De Tamaulipas, México. *Revista de Enseñanza Universitaria*, 31(1), 39–55.
- Villalba Sánchez, C. (2013). La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades. *Punto de Vista*, 4(7). <https://doi.org/10.15765/pdv.v4i7.445>
- Zambrano R., J., Loachamín-Marcillo, M., Pilco-Gallegos, M., & Pilco-Gallegos, W. J. (2019). Cuestionario para medir la importancia y satisfacción de los servicios universitarios desde la perspectiva estudiantil. *Revista Ciencia UNEMI*, 12(30), 35–45. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol12iss30.2019pp35-45p>
- Zeithaml, Valerie A., & Bitner, M. J. (2002). *Marketing de Servicios. Un enfoque de integración del cliente a la empresa*. (McGRAW-HIL).
- Zeithaml, Bitner, & Gremler. (2009). *Marketing de servicios*. (McGRAW-HIL).

## Anexos

### ENCUESTA.

#### **Satisfacción de los servicios administrativos de la universidad de Quintana Roo durante verano 2022.**

¡Hola! soy María canto de la licenciatura en mercadotecnia y negocios y estoy realizando una investigación de tesis sobre la satisfacción de los servicios administrativos durante el periodo de verano

¿Podrías regalarnos unos minutos para responder el siguiente cuestionario? La encuesta dura aproximadamente 6 minutos.

Los resultados serán utilizados únicamente para fines de la investigación.

Las siguientes preguntas tratan de evaluar tu percepción sobre la **Confiabilidad** de los servicios universitarios.

Responde en una escala del 1 al 3, donde 1 es insatisfecho, 2 es neutral y 3, satisfecho, la respuesta con la que más te identifiques.

Recuerda que no hay respuestas correctas o incorrectas por lo tanto puede repetirse el número de calificación. (se puede repetir el nivel de satisfacción).

Por ejemplo:

Cafetería: 3(satisfecho)

Sala de cómputo: 1 (insatisfecho)

Áreas públicas: 2 (neutral)

Sala de inglés: 2 ( neutral).

**Q8 Confiabilidad.**

	Biblioteca (1)	Control escolar (2)	Servicio escolar (5)	Cultura y deporte (6)
La información que me brinda es adecuada: Derecha (1)				

Cuando tengo un problema, el personal se muestra sincero y con interés en solucionarlo: Derecha (2)				
Consideró que el personal se encuentra capacitado para brindarle el servicio de esta área: Derecha (3)				
Si se presenta algún problema, en el área, estoy seguro de que se comprende en sus necesidades específicas.: Derecha (4)				
¿Cuál es tu nivel de satisfacción de la plataforma virtual?: Derecha (5)				

Q9 Las Sigüientes preguntas trata de evaluar tu percepción sobre la **Empatía** de los prestadores de los servicios universitarios.

Responde en una escala del 1 al 3, donde 1 es insatisfecho, 2 es neutral y 3, satisfecho, la respuesta con la que más te identifiques.

**Q10 Empatía**

	Biblioteca (1)	Control escolar (2)	Servicio escolar (3)	Cultura y deporte (4)
El personal escuchó atentamente a lo que usted expresa(1)				
El personal es amable con usted (2)				
Durante el periodo verano - primavera lo trataron con paciencia (3)				
El personal brinda la atención personalizada a base de sus necesidades (4)				
Los servicios tuvieron horarios accesibles para usted (5)				

Q11. Las sigüientes preguntas tratan de evaluar tu percepción sobre la **tangibilidad** de los prestadores de los servicios universitarios.

Responde en una escala del 1 al 3, donde 1 es insatisfecho, 2 es neutral y 3, satisfecho, la respuesta con la que más te identifiques.

**Q12 Tangibilidad**

	Biblioteca (1)	Control escolar (2)	Servicio escolar (3)	Cultura y deporte (4)
Las instalaciones tienen el equipamiento adecuado a tus necesidades (1)				
Los espacios de las instalaciones son adecuados (2)				
Los equipos con lo que cuenta el área son accesibles (3)				
Las áreas están bien iluminadas (4)				
La temperatura del área es adecuada (5)				

Q14. Las siguientes preguntas tratan de evaluar tu percepción sobre la **Seguridad** de los prestadores de los servicios universitarios.

Responde en una escala del 1 al 3, donde 1 es insatisfecho, 2 es neutral y 3, satisfecho, la respuesta con la que más te identifiques.

### Q13 Seguridad

	Biblioteca (1)	Control escolar (2)	Servicio escolar (5)	Cultura y deporte (6)
El área se preocupa por tus intereses (1)				
El comportamiento del personal le transmitió confianza. (2)				
Se sintió seguro el estar en las instalaciones (3)				
¿Qué tan cómo 2 se sintió al utilizar las páginas online del área? (4)				
Recibió un servicio ágil por parte del personal (5)				

Q16. Las siguientes preguntas tratan de evaluar tu percepción sobre la **Capacidad de respuesta** de los prestadores de los servicios universitarios.

Responde en una escala del 1 al 3, donde 1 es insatisfecho, 2 es neutral y 3, satisfecho, la respuesta con la que más te identifiques.

### Q15 Capacidad de respuesta.

	Biblioteca (1)	Control escolar (2)	Servicio escolar (5)	Cultura y deporte (6)
Cómo consideras con el tiempo y forma de atención del personal. (1)				
El personal mostró estar dispuesto a ayudarlo. (2)				
El personal le comunica información actualizada. (3)				
Durante la pandemia cómo evalúas el tiempo de respuesta virtual. (4)				
Cómo consideras la rapidez que atiende el personal después de la pandemia. (5)				

Q18 ¿Cuántos años tienes?

- Menos de 18 (1)
- 18 a 25 años (2)
- 26 a 30 años (3)
- 31 a 40 años (4)
- Más de 40 años (5)

Q19 ¿Qué carrera estudias?

- Gestión de Servicios Turísticos
- Lengua Inglesa
- Manejo de Recursos Naturales
- Mercadotecnia y Negocios

Q 20 ¿Sexo?

- Hombre
- Mujer
- No binario

Q20 ¿En qué semestre estás?

R: \_\_\_\_\_