

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS



TESIS

**LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN EN
LOS ESTUDIANTES DEL COMEDOR UNIVERSITARIO
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL
AGRARIA DE LA SELVA**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

ELABORADO POR

MARIELA VÁSQUEZ RIVERA

TINGO MARÍA - PERÚ

2019



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
N° 001-2021-EPA- FCEA-UNAS
REUNIÓN VIRTUAL

Siendo las 10:00 horas del día lunes 05 de abril de 2021, se reúne mediante videoconferencia a través de la plataforma Microsoft Teams, los miembros del jurado calificador de tesis designados mediante Resolución Nro. 197-2019-D-FCEA, por lo que se autoriza la ejecución de la tesis con Resolución N° 265-2019-D-FCEA. Mediante estos documentos se acredita el cumplimiento de los requisitos establecidos; por cuanto, el jurado procede a dar inicio a la sustentación de tesis para optar el título de Licenciado en Administración, titulada:

LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN EN LOS ESTUDIANTES DEL COMEDOR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA.

Presentado por la Bachiller en Ciencias Administrativas VÁSQUEZ RIVERA, Mariela.

Luego de la sustentación y absueltas las preguntas de rigor en concordancia con el Art. 48 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Agraria de la Selva; se procedió a la respectiva calificación en conformidad con el Art. 53 del mismo reglamento. Siendo el resultado siguiente:

APROBADO POR: Unanimidad

CALIFICATIVO : Muy bueno

Siendo las 11:00 horas, se dio por culminado el acto público de sustentación de tesis, firmando a continuación los miembros del honorable jurado y su asesor, en señal de conformidad.

Tingo María, 05 de abril de 2021.



Dr. Inocente Salazar Rojas
Presidente del Jurado



Dr. Miguel Angulo Cárdenas
Miembro



Mag. Carlos W. Mayta Molina
Miembro



Mag. Carlos A. Silva Ríos
Asesor

Nota:

Excelente: 19,20
Muy Bueno: 16, 17 y 18
Bueno: 13, 14 y 15
Regular: 11,12
Malo: 0, 10

DEDICATORIA

A mi padre, Augusto Vásquez Solsol
por ser siempre un gran padre, amoroso
y paciente. Gracias por ser mi motor.

A mi madre, María Elizabeth Rivera Ruíz por
ser una mujer fuerte y valerosa, por sus buenos
consejos y su cariño.

A mis hermanos y abuela que siempre me
acompañan en los buenos y malos
momentos, manteniendo la unión de la
familia.

AGRADECIMIENTOS

- A mi familia por motivarme en cada momento en el logro de mis objetivos profesionales y personales.
- A la Universidad Nacional Agraria de la Selva, por brindarme formación profesional y por el apoyo en el progreso de esta investigación.
- A los docentes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, por sus enseñanzas impartidas.
- A mi asesor de tesis M.Sc. Carlos A. Silva Ríos por su apoyo y disposición en el desarrollo de la presente investigación.
- A los docentes miembros del jurado por su contribución en la mejora de la investigación.
- A todos aquellos estudiantes que fueron encuestados y participaron de manera voluntaria en la ejecución de la investigación.
- A Emely, Karol, Ingrid, Carlos y Anthony por su amistad incondicional.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	5
1.1. BASE TEÓRICA	5
1.2. ANTECEDENTES	18
1.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	22
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	24
2.1. HIPÓTESIS GENERAL	24
2.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	24
2.3. MATRIZ DE CONSISTENCIA	25
2.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	26
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	27
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	27
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	28
3.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	30
3.5. TÉCNICAS DE ANÁLISIS ESTADÍSTICO	31
3.6. PROCEDIMIENTOS	31
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	34
4.1. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	34
4.2. DESCRIPCIÓN DE LAS DIMENSIONES DE PERCEPCIÓN DE CALIDAD ...	36
4.3. SATISFACCIÓN	44
4.4. DETERMINACIÓN DE HIPÓTESIS	47
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	54
CONCLUSIONES	59
RECOMENDACIONES	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61
ANEXO	65

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 POBLACIÓN DE ESTUDIANTES INSCRITOS EN EL COMEDOR UNIVERSITARIO.....	28
TABLA 2 ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA POR FACULTADES DE LA U.N.A.S.....	30
TABLA 3 VALIDEZ DEL INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS.....	31
TABLA 4 ANÁLISIS DE FIABILIDAD ALFA DE CRONBACH	32
TABLA 5 PRUEBA DE NORMALIDAD DE VARIABLES	33
TABLA 6 PROMEDIOS DE PUNTUACIONES PARA LA DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES	38
TABLA 7 PROMEDIO DE PUNTUACIONES PARA LA DIMENSIÓN FIABILIDAD.....	39
TABLA 8 PROMEDIO DE PUNTUACIONES PARA LA DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA	40
TABLA 9 PROMEDIO DE PUNTUACIONES PARA LA DIMENSIÓN SEGURIDAD	41
TABLA 10 PROMEDIO DE PUNTUACIONES PARA LA DIMENSIÓN EMPATÍA	42
TABLA 11 MEDIAS TOTALES DE LAS DIMENSIONES DE SERVQUAL.....	44
TABLA 12 CORRELACIÓN ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN, EN EL COMEDOR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA.....	48
TABLA 13 CORRELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES Y SATISFACCIÓN, EN EL COMEDOR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA.....	49
TABLA 14 CORRELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN FIABILIDAD Y SATISFACCIÓN, EN EL COMEDOR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA.....	50
TABLA 15 CORRELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA Y SATISFACCIÓN, EN EL COMEDOR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA	51
TABLA 16 CORRELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN SEGURIDAD Y SATISFACCIÓN, EN EL COMEDOR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA.....	52
TABLA 17 CORRELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN EMPATÍA Y SATISFACCIÓN, EN EL COMEDOR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA.....	53

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: MODELO DE CALIDAD DE GRÖNROOS 1988.....	6
FIGURA 2: CORRESPONDENCIA ENTRE LOS CRITERIOS DE SERVQUAL Y LOS DIEZ CRITERIOS INICIALES DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO.....	9
FIGURA 3: MODELO CONCEPTUAL DE LA CALIDAD DE SERVICIO.....	11
FIGURA 4: DIAGRAMA DE SATISFACCIÓN, MODELO DE KANO.	18
FIGURA 5: CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	26
FIGURA 6: DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	27
FIGURA 7: GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS	35
FIGURA 8: EDAD DE LOS ENCUESTADOS	36
FIGURA 9: PROMEDIOS TOTALES DE LAS DIMENSIONES DE SERVQUAL..	37
FIGURA 10: MEDIAS DE LA DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES POR FACULTADES	38
FIGURA 11: MEDIAS DE LA DIMENSIÓN FIABILIDAD POR FACULTADES ..	40
FIGURA 12: MEDIAS DE LA DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA POR FACULTADES	41
FIGURA 13: MEDIAS DE LA DIMENSIÓN SEGURIDAD POR FACULTADES ..	42
FIGURA 14: MEDIAS DE LA DIMENSIÓN EMPATÍA POR FACULTADES	43
FIGURA 15: NIVEL DE SATISFACCIÓN RESPECTO A INFRAESTRUCTURA .	45
FIGURA 16: NIVEL DE SATISFACCIÓN RESPECTO A CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO	45
FIGURA 17: NIVEL DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LA RAPIDEZ DE ATENCIÓN	46
FIGURA 18: NIVEL DE SATISFACCIÓN RESPECTO AL TRATO DEL PERSONAL.....	46
FIGURA 19: NIVEL DE SATISFACCIÓN RESPECTO A LA CALIDAD DE ALIMENTOS	47

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo identificar el grado de relación que existe entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, para ello se tomó una muestra estratificada de 273 estudiantes que contemplan las 8 facultades de la universidad, en el periodo 2019-II.

El tipo de investigación fue básico, de nivel relacional y diseño no experimental; se empleó como instrumento de recolección de información un cuestionario de 27 ítems (escala de Likert), validado mediante juicio de expertos a través de la prueba de consistencia interna Alfa de Cronbach (0.910). Para la prueba de hipótesis se utilizó el estadístico Rho de Spearman, para determinar la relación entre variables. Los resultados indican que existe relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los estudiantes, con un grado de correlación débil ($r_s = 0.399$, $P\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$). De igual modo para las dimensiones elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía existe relación significativa respecto a la calidad de servicio respectivamente ($r_s = 0.262$, $P\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$) ($r_s = 0.310$, $P\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$) ($r_s = 0.280$, $P\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$) ($r_s = 0.311$, $P\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$) ($r_s = 0.393$, $P\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$).

Palabras claves: calidad de servicio, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, satisfacción.

ABSTRACT

The objective of the research was to identify the degree of relationship that exists between the quality of service and the level of satisfaction of the students that use the university cafeteria at the Universidad Nacional Agraria de la Selva. In order to do this, a stratified sample of 273 students from the 2019 – II period was used, which included the eight faculties at the university. The research type was basic, at a relational level, and with a non-experimental design. The instrument used for the collection of information was a twenty seven item questionnaire (Likert scale), which was validated by the judgement of experts through the use of Cronbach's Alpha test for internal consistency (0.910). For the hypothesis testing Spearman's Rho statistic was used in order to determine the relationship between variables. The results indicated that a relationship exists between the quality of service and the level of satisfaction of the students, at a weak degree of correlation ($r_s = 0.399$, $P\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0.05$). In the same fashion, for the dimensions: tangible elements, trustworthiness, response capacity, security, and empathy, a significant relationship exists with respect to the quality of service, respectively, ($r_s = 0.262$, $P\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0.05$) ($r_s = 0.310$, $P\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0.05$) ($r_s = 0.280$, $P\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0.05$) ($r_s = 0.311$, $P\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0.05$) ($r_s = 0.393$, $P\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0.05$).

Keywords: quality of service, tangible elements, trustworthiness, response capacity, security, empathy, satisfaction.

INTRODUCCIÓN

En el Perú los servicios que brindan los comedores universitarios se han convertido en una necesidad fundamental, para una gran parte de la población estudiantil en las universidades nacionales, debido a que este servicio complementario es ofrecido a estudiantes con dificultades económicas, familiares y laborales, porque, en su mayoría son provenientes de otros lugares de origen, por lo tanto, son los más beneficiados con el servicio, sin embargo esta calidad en muchos casos viene presentando deficiencias pese a ser uno de los servicios más solicitados por los estudiantes, estos deberían garantizar una dieta saludable, de alta calidad y nutritiva; que se vean reflejados en la satisfacción de los estudiantes.

Existen algunos casos en que las universidades brindan el servicio de manera gratuita, así como también hay universidades que recaudan mensualidades mínimas para que los estudiantes puedan percibir el servicio. De un modo u otro el costo o gratuidad del servicio percibido, no debería ser un factor que se vea reflejado en la calidad de los alimentos y la atención que se les brinden a los estudiantes, porque, las universidades están encargadas de velar por el bienestar y satisfacer las necesidades de la población estudiantil.

En la actualidad son muchas universidades en el Perú las que presentan insuficiencias en cuanto a los servicios de comedor universitario que en ocasiones son manejados con menor interés, hecho que se refleja como insatisfacción para los estudiantes. La Universidad Nacional de San Agustín (UNSA) en 2017 presentó deficiencias de higiene y desorden en el área del comedor del área de biomédicas, cuando

se encontraron los alimentos colocados cerca al suelo y se hallaron excretas de aves y zapatos. En el año 2018 la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle conocida como La Cantuta, presentó problemas con los estudiantes que tomaron los campus, haciendo protesta sobre la calidad de alimentos que se les brindaba, así también por el incremento de raciones y reapertura de cena en el comedor universitario.

Recientemente en el mes de abril se dio a conocer que en la Universidad Nacional del Santa en Chimbote se presentaron deficiencias en la calidad de servicios del comedor universitario, hecho en el que se hacía entrega de alimentos en mal estado a los comensales.

Habiendo analizado la situación de las universidades del país mencionadas, y el descontento que se presenta por parte de la población universitaria en cuanto a calidad de servicio en los comedores universitarios, surge la razón de la investigación de que se sepa las percepciones de los comensales. El comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, es uno de los principales servicios que la universidad brinda a la población estudiantil; en los últimos años estuvo presentando deficiencias expuestas por reiteradas quejas de parte de los estudiantes que hacen uso del servicio.

El propósito de la investigación fue conocer cuáles son las percepciones de los estudiantes respecto al servicio que se ofrece en el comedor universitario, puesto que de ello dependerá el nivel de satisfacción de los comensales.

Para ello se planteó como problema general: ¿Cuál es el grado de relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva? Y cinco problemas específicos: el primer problema es ¿Cuál es el grado de relación entre los elementos tangibles y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?, el segundo es ¿Cuál es el grado de relación

entre la fiabilidad y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?, el tercero es ¿Cuál es el grado de relación entre la capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?, el cuarto es ¿Cuál es el grado de relación entre la seguridad y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva? Y por último ¿Cuál es el grado de relación entre la empatía y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?

Se planteó el siguiente objetivo general: Identificar el grado de relación que existe entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva y como objetivos específicos, primero: Identificar el grado de relación que existe entre los elementos tangibles y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva, segundo: Identificar el grado de relación que existe entre la fiabilidad y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva, tercero: Identificar el grado de relación que existe entre la capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva, cuarto: identificar el grado de relación que existe entre la seguridad y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva y finalmente: identificar el grado de relación que existe entre la empatía y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

Se estableció como variable independiente la calidad de servicio en el comedor universitario y como variable dependiente la satisfacción de los estudiantes, con las

dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

El planteamiento de la hipótesis general en la investigación fue: Existe relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva. La investigación correspondió al tipo de investigación básica porque permitió la recolección de datos e información para conocer la realidad del problema, el nivel de investigación fue relacional porque permitió conocer el grado de relación entre variables y el diseño fue no experimental, no hubo manipulación de variables.

Finalmente, los resultados de la investigación con la prueba estadística Rho de Spearman determinaron que existe una correlación positiva directa, la intensidad de dicha correlación es calificada como débil ($r_s = 0.399$), por lo tanto, se concluyó con la aceptación de la hipótesis del investigador, manifestando que existe influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los estudiantes del comedor de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. BASE TEÓRICA

1.1.1. Calidad de servicio

1.1.1.1. El modelo de calidad de servicio de Grönroos

El consumidor no solo está interesado en lo que toma como resultado del proceso de producción, sino en el proceso mismo. El cómo maneja el resultado técnico, o la calidad técnica, funcionalmente, también es significativo para él y para su perspectiva del servicio que ha recibido. Esta dimensión de calidad puede llamarse calidad funcional. La calidad funcional corresponde al desempeño expresivo de un servicio. Por lo tanto, tenemos dos dimensiones de calidad, que son bastante diferentes en naturaleza: calidad técnica que expresa la pregunta de ¿qué obtienen los clientes? y calidad funcional que, por otro lado, responde a la pregunta de ¿cómo lo obtiene? obviamente, la calidad funcional como dimensión no debe evaluarse objetivamente como la dimensión técnica. De hecho, la dimensión funcional se percibe de una manera muy subjetiva.

El servicio percibido es resultado de la visión del cliente de un conjunto de dimensiones de servicio, algunas de las cuales son técnicas y otras de naturaleza funcional. De la comparación entre el servicio percibido y el servicio esperado, obtenemos la calidad del servicio percibido.

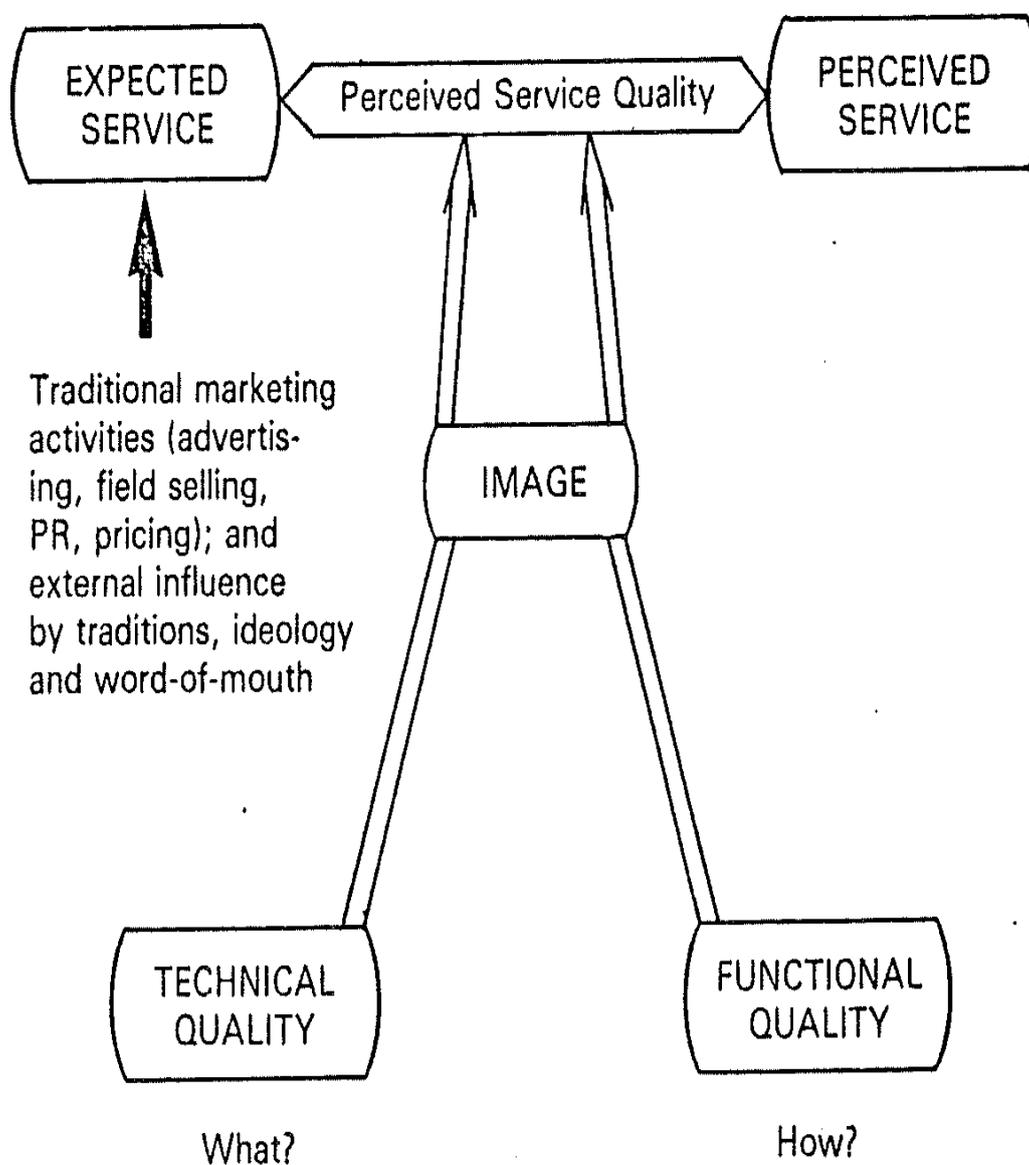
(Grönroos, 1993)

Grönroos incluyó la imagen corporativa como una tercera dimensión a su modelo de calidad de servicio, tomando en cuenta que en algunos casos la imagen de la empresa influye en las expectativas del consumidor.

Figura 1

Modelo de Calidad de Servicio de Grönroos 1988.

Figure 1. The Service Quality Model



El empeño puesto en el marketing tradicional tiene un efecto en las expectativas del cliente, y una campaña discordante que da la impresión de

que la calidad técnica y / o funcional del servicio es mejor de lo que realmente es, dará como efecto un nivel mayor de servicio esperado. Si el servicio percibido se mantiene al mismo nivel, las diferencias entre servicio esperado y percibido se incrementarán, lo que dará como consecuencia clientes desilusionados y con ello se dañará la imagen de la empresa. (Grönroos, 1993)

1.1.1.2. El modelo SERVQUAL

Es un modelo principalmente aplicado en investigaciones sobre calidad de servicio. Es una herramienta de escala múltiple resumida, con una fiabilidad y validez de alto nivel, a través de este modelo se entenderá mejor lo que el consumidor espera y su percepción con respecto a un servicio determinado; el modelo contiene afirmaciones para la calidad de servicio y sus dimensiones que se identificaron en su investigación (elementos tangibles, fiabilidad, seguridad capacidad de respuesta y empatía). (Parasuraman et al. 1993)

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) manifiestan que la calidad de servicio se ve como la crítica general del consumidor sobre la integridad del servicio es resultado de comparar las expectativas de los consumidores con su percepción de los servicios prestados. Declaran que para evaluar la calidad de servicio y a falta de juicios objetivos es preciso ejecutar un diagnóstico de dicho servicio mediante un estudio de la percepción de los consumidores con respecto a la prestación que reciben. Por tanto, la calidad del servicio se define como el nivel de brecha entre percepciones y expectativas.

Basado en las conclusiones de sus investigaciones, diseñaron el instrumento de calidad de servicio (SERVice QUALity) para su evaluación. (citado en Colmenares y Saavedra. 2007).

El instrumento consistió en evaluar las percepciones y expectativas de los clientes. A partir de comentarios que los clientes hicieron, los investigadores establecieron diez dimensiones. (Duque, 2005).

Originalmente se determinaron las siguientes dimensiones:

1. **Elementos tangibles:** aspecto de la infraestructura física, personal, materiales y equipos.
2. **Fiabilidad:** brindar de manera confiable el servicio prometido.
3. **Capacidad de respuesta:** proporcionar un servicio rápido.
4. **Profesionalidad:** contar con conocimiento y habilidades para brindar el servicio al cliente.
5. **Cortesía:** trato gentil, respeto del personal.
6. **Credibilidad:** sinceridad y honestidad en la prestación del servicio.
7. **Seguridad:** evitar peligros o incertidumbres.
8. **Accesibilidad:** asequible y fácil de conectar.
9. **Comunicación:** informar a los usuarios.
10. **Compresión del cliente:** conocer las necesidades de los clientes.

Finalmente encontraron correlación entre las diez dimensiones, reagrupándolas y permitiendo reducir las dimensiones a sólo cinco. (citado en Colmenares y Saavedra. 2007).

Figura 2

Correspondencia entre los criterios de SERVQUAL y los diez criterios iniciales de evaluación de la calidad de servicio.

Las dimensiones de SERVQUAL

Los diez criterios iniciales en la evaluación de la calidad del servicio	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Elementos tangibles					
Fiabilidad					
Capacidad de respuesta					
Profesionalidad					
Cortesía					
Credibilidad					
Seguridad					
Accesibilidad					
Comunicación					
Comprensión del usuario					

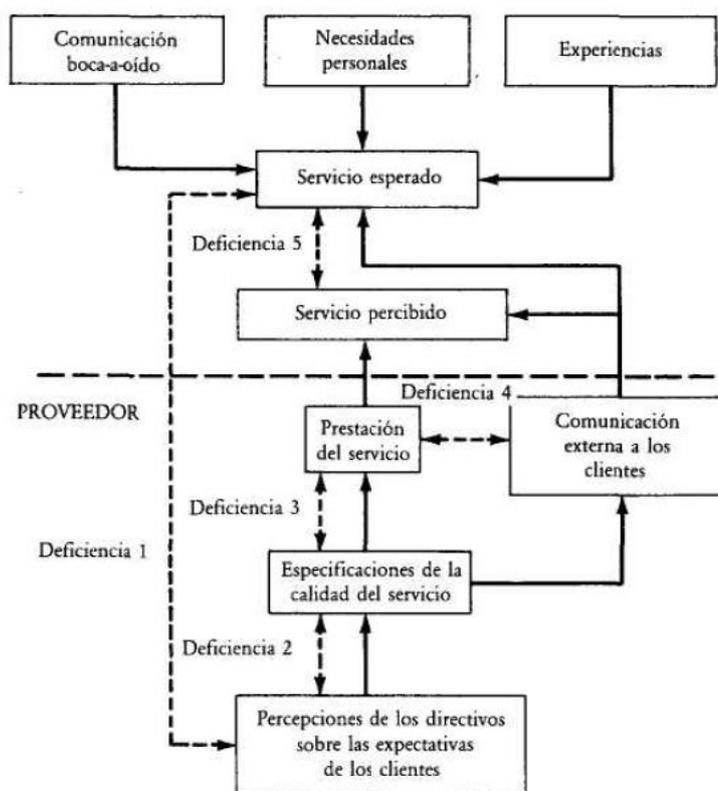
1. **Elementos tangibles:** aspecto sobre infraestructura, materiales, personal y equipo.
2. **Fiabilidad:** brindar el servicio ofrecido de forma honesta.
3. **Capacidad de respuesta:** proporcionar un rápido servicio y estar dispuesto a brindar ayuda a los usuarios.
4. **Seguridad:** aglomera las dimensiones de profesionalidad, credibilidad, seguridad y cortesía. Destrezas para infundir credibilidad y confianza, conocimiento y cuidado manifestado por el personal.

5. Empatía: congrega las dimensiones de comunicación, comprensión del cliente y accesibilidad. Atención personalizada a los consumidores. (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1993).

El instrumento SERVQUAL consta de dos secciones: en primer lugar, las expectativas y en segundo las percepciones, ambas partes contienen 22 afirmaciones que sirven para medir lo que el consumidor o usuario espera del servicio (expectativas) y la experiencia de los clientes ante un servicio (percepción) por parte de una empresa determinada. (Colmenares y Saavedra. 2007)

También comienzan con el método de descubrir desequilibrios o lagunas en el proceso. Éstos afectarán en lo que perciben los clientes y se analizarán cuando se quiera perfeccionar la percepción y su calidad. Por tanto, la percepción general de la calidad del servicio se ve afectada por estas deficiencias (gaps, brechas) que se producen en la organización que presta los servicios.

- **Deficiencia 1:** entre expectativas de los clientes y las percepciones de los directivos.
- **Deficiencia 2:** entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad.
- **Deficiencia 3:** entre las especificaciones de calidad del servicio y la prestación del servicio.
- **Deficiencia 4:** entre la prestación de servicios y la comunicación externa.
- **Deficiencia 5:** entre las expectativas del usuario y el servicio percibido. (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1993, pp. 40-51).

Figura 3*Modelo Conceptual de la Calidad de Servicio***1.1.1.3. El modelo SERVPERF**

Se desarrolló una escala que mide la calidad percibida basándose solo en lo que percibían los clientes respecto a los servicios prestados. El instrumento utiliza 22 declaraciones sobre las percepciones del desempeño obtenido directamente del modelo SERVQUAL. En consecuencia, reduce el número de mediciones a la mitad en comparación con SERVQUAL y lo hace más fácil de administrar y rentable de usar. Además, supera las limitaciones causadas por el uso de expectativas para medir la percepción de la calidad.

Se formula del siguiente modo:

$$Q_i = \sum_{j=1}^K W_j P_{ij}$$

Q_i = calidad percibida global del elemento i ;

K = número de atributo

P_{ij} = percepción del resultado del estímulo i con respecto al atributo j ;

W_j = importancia del atributo j en la calidad percibida.

La escala utiliza promedios para medir la relevancia de cada característica en la evaluación de la calidad, y a mayor sea la suma de estas percepciones, la calidad será mejor en cuanto al servicio. (Camisón, et.al. 2006).

1.1.2. Teorías sobre la satisfacción

1.1.2.1. Satisfacción del cliente

La satisfacción de los consumidores está en manos del rendimiento percibido en términos de entrega valor en relación con lo que el consumidor espera.

Si el desempeño del producto no cumple con las expectativas, los consumidores quedarán insatisfechos. Si el desempeño cumple con las expectativas, el cliente estará contento. Si el rendimiento supera las perspectivas, los compradores estarán felices. Las empresas con un excelente marketing intentan hacer felices a los clientes. Los clientes satisfechos compran nuevamente y comparten sus vivencias positivas del producto con otros. La clave es hacer coincidir las perspectivas del consumidor con el rendimiento de la organización. Una empresa inteligente complace a los clientes prometiéndole únicamente lo que puede proporcionar y luego ofreciéndole algo más allá de lo que promete.

Las esperanzas de un usuario están basadas en vivencias de compra antiguas, los juicios de amistades y la información en las promesas

proporcionadas por los especialistas en mercadeo y sus competidores. Los especialistas en marketing deben tener cuidado de determinar un grado adecuado de perspectivas. Si las esperanzas de los clientes son muy bajas, la organización puede complacer a los compradores, pero no puede captar suficientes clientes. Si las perspectivas son muy altas, los consumidores se sentirán desilusionados. (Kotler y Armstrong, 2003).

1.1.2.2. El modelo de satisfacción basado en expectativas

La satisfacción o el grado de insatisfacción del cliente depende de la impresión del cliente entre las expectativas y los sentimientos después de comprar, después de experimentar desacuerdos positivos o negativos. Mayormente los estudios de satisfacción del usuario declaran en la misma dirección, utilizando el modelo de conformidad / no conformidad esperada.

Este paradigma asume que la complacencia es la consecuencia de contrastar procesos. Los clientes diferencian sus apreciaciones de los resultados del servicio con un conjunto de estándares (por ejemplo: expectativas u otra especificación de resultados). La confirmación se realiza cuando el efecto descubierto es igual al estándar y la inconsistencia es causada por falta de equilibrio. Más específicamente, si el servicio recibido supera las expectativas, los clientes pueden experimentar un cumplimiento positivo; si el servicio falla, pueden encontrar un incumplimiento negativo. En otras palabras, el cliente se sentirá satisfecho al menos después de recibir las expectativas del proveedor y se sentirá insatisfecho cuando los resultados de la compra de productos o la prestación de servicios sean inferiores a sus expectativas.

Si Percepciones > Expectativas – Disconformidad +

Si Percepciones < Expectativas – Disconformidad –

Por tanto, continuando con el modelo tradicional de satisfacción del cliente, veremos que es una función de perspectivas y divergencias, y se basa en expectativas (Setó, 2004).

1.1.2.3. El modelo de satisfacción basado en las necesidades

Setó (como se citó en Schneider y Bowen, 1999) se le ocurrió una nueva perspectiva sobre la satisfacción del cliente, que aborda los sentimientos de complacencia y ultraje con más detalle. La conceptualización del deleite está basada en las insuficiencias que tienen los individuos más que en lo que esperan los consumidores; este es modelo más tradicional.

El autor señala que esto no significa que se rechace el modelo tradicional centrado en la expectativa, sino que apunta a hacer más contribuciones a la relación emocional de los clientes en la experiencia de la prestación. Las organizaciones no comprenden ni pueden negociar la respuesta emocional de sus compradores estrictamente cumpliendo o superando las perspectivas de prestación específicas, esto hace necesario aportar una nueva apariencia.

Las carencias y las esperanzas de los clientes son las que forman la conducta del mismo. El efecto anhelado de un cliente está referido al pronóstico de una experiencia respecto a una prestación o servicio, la necesidad se enfoca en buscar la felicidad propia. Se pueden cumplir las expectativas, pero si se satisfacen las necesidades se puede lograr un estado de superior a la felicidad (deleite). Por otro lado, si las necesidades no son satisfechas se podría llevar a un estado de desilusión, las necesidades son el centro del bienestar tanto que, si se decepciona las expectativas de un

cliente, esto puede llevar al ultraje. Aparentemente las necesidades y expectativas son diferentes psicológicamente, pero no es así. Las necesidades y las expectativas están en un continuo que aprecia desde lo específico (expectativas) hasta lo fundamental (necesidades). Las necesidades se enfocan en el usuario y sus emociones, en cambio, en las expectativas sobre la prestación, se centra en las particularidades entregadas y no en el cliente.

Las organizaciones deben enfocarse en las necesidades de sus clientes, para poder profundizar en sus emociones con ello podrán conseguir información respecto a cómo lograr el deleite del cliente y evitar el ultraje. (pp.61-62)

Los consumidores tienen tres necesidades básicas, como afirma Setó (como se citó en Schneider y Bowen, 1999):

La seguridad, significa no tener que sufrir la amenaza de daños económicos o físicos. En general los individuos no son conscientes de si se han satisfecho sus necesidades de seguridad porque habitualmente en principio se ignora esta necesidad.

La justicia, significa la necesidad de un trato justo. Para la psicología social, la justicia es primordial en las relaciones dentro de la sociedad. Si bien podemos pensar que la necesidad de justicia es menos importante para la supervivencia que la necesidad de seguridad, se han vuelto vitales ya que consideramos el nivel de reciprocidad que existe entre las organizaciones y sus usuarios. Por lo general, se reconoce la inversión de la organización en la prestación de servicios; sin embargo, rara vez se considera la inversión (tiempo, dinero) realizada por el cliente. Investigaciones en materia de

marketing de servicios muestran que existen tres tipos de justicia; justicia distributiva: esto significa que los clientes evalúan los resultados; justicia de procedimiento: significa la valoración los procesos para obtener resultados; y la justicia de interacción: refiere a la manera de relacionarse de los empleados con los clientes.

La autoestima, significa conservar y perfeccionar la propia imagen, al hacer esto se tendrá la clave para deleitar a un cliente. Cuando una empresa no respeta las necesidades de seguridad y justicia de los clientes, es más probable que los enfurezca más que los satisfaga satisfaciendo estas necesidades. Por lo tanto, a las organizaciones de servicios les es posible obtener oportunidades para complacer a los clientes conservando o mejorando la autoestima de los individuos. Cuando la organización trata de aumentar la autoestima de sus usuarios, puede obtener el deleite del cliente inclusive si "algo sale mal". La clave es mejorar el valor propio del cliente entendiendo el punto de vista, la importancia y los derechos del mismo. Por lo general, a los clientes gozan tener el control de las circunstancias, es decir, enfocar la situación en ellos cuando sea apropiado. (pp.61-63)

1.1.2.4. El modelo de Kano

El diagrama de Kano es una de las herramientas más eficaces para identificar y clasificar las características y atributos del producto que pueden brindar satisfacción al cliente. El gráfico filtra los atributos de los productos, que satisfacen a los clientes por un lado y producen rendimiento por el otro.

Kano cree que ciertos atributos del producto se pueden clasificar como atributos básicos, atributos inherentes y no conducirán a un aumento

sustancial en la satisfacción del cliente, porque cree que el atributo debe existir.

Por tanto, este tipo de atributo convierte aquellas características que el producto debe tener a su vez para ocupar un lugar en el mercado. Los productos sin estos atributos básicos serán rechazados. Pero esto no significa que las personas con todos esos atributos posibles, incluso si todas las personas con un desempeño sobresaliente, ocuparán el primer lugar en las preferencias de los clientes.

El segundo tipo de atributos se denomina atributos de rendimiento. El profesor Kano lo reconoce como las características y funciones que los clientes esperan, y les permite usarlo mejor y obtener más beneficios, para lograr el propósito especial de los productos que compran. Mejoran directamente el rendimiento y, por tanto, aumentan la satisfacción. Estos atributos reflejan las necesidades de los clientes y, más específicamente, reflejan aquellas necesidades que han identificado y quieren ver que los productos que compran se satisfagan y resuelvan.

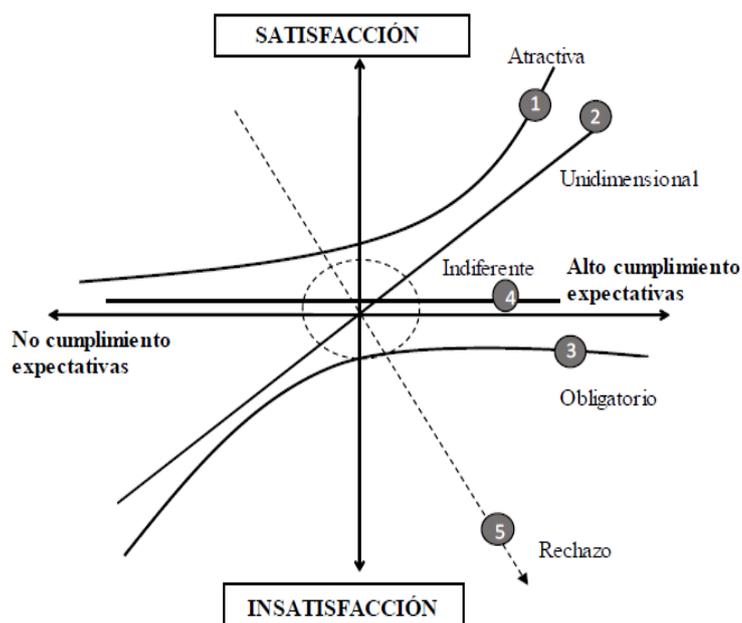
Finalmente, el Dr. Noriaki Kano clasificó aquellos atributos que realmente sorprenden a los clientes como atributos de impacto, porque generan beneficios y retornos inesperados, que no tienen en principio. En esta área del gráfico, la relación entre el nivel de desempeño y la satisfacción resultante es exponencial. Por tanto, el atributo de impacto clasifica las características y la calidad del producto, y en mayor parte de los casos el usuario no expresa estas características y calidad.

Representan deseos ocultos y desconocidos, insatisfacción tolerable, expectativas previamente incumplidas, nuevos aspectos de uso y aplicación,

aspectos personales de los productos para los clientes, etc. Esta visión de los atributos de impacto confirma el hecho de que el cliente no sabe o si sabe, no sabe cómo expresarlo plenamente. (Torrecilla, 1999).

Figura 4

Diagrama de Satisfacción, Modelo de Kano.



1.2.ANTECEDENTES

1.2.1. Antecedentes internacionales

Anchundia (2003) en su tesis denominada: Nivel de satisfacción de los estudiantes universitarios frente a los servicios que prestan las universidades a la comunidad estudiantil.

El autor realizó el estudio con la finalidad de conocer cuáles son los requerimientos y necesidades de los comensales respecto al servicio que brindan las universidades de la ciudad de Guayaquil. Formaron parte de la investigación: los servicios administrativos, académicos, transporte, la infraestructura y alimentación.

La población estuvo conformada por las universidades: Laica (8772 estudiantes), Estatal (42607 estudiantes), ESPOL (7165), la Católica con (7064),

Agraria (1925) y la Santa María (400 estudiantes), siendo el total de 67933 estudiantes. Se conformó la muestra por 829 estudiantes de la población objetiva, 483 fueron de la Universidad Estatal, ESPOL (100), Agraria (36), Laica (100), Santa María (20) y Católica (90)

A estas muestras se aplicaron los cuestionarios, se realizó una investigación con una orientación univariada de los rasgos estudiados, posteriormente se usaron técnicas multivariadas: análisis de correspondencia, análisis de contingencia, de homogeneidad y de componentes principales

La investigación concluyó con que la satisfacción con los servicios analizados que brindan en las casas de estudio, no es independiente a la que pertenezcan.

Cardozo y Fuentes (2011) en su investigación titulada: Calidad de servicio del comedor de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Carabobo – Venezuela.

La finalidad del estudio fue desarrollar un instrumento que mida la calidad del servicio en el comedor de la Facultad de Ingeniería. Para ello se creó un cuestionario a partir del modelo Servqual, se consideró únicamente las percepciones, la técnica usada para analizar los datos fue el análisis de factores.

La encuesta fue aplicada a 100 estudiantes, se realizó un muestreo de probabilidad que determinó la muestra, tomando en cuenta que no todos los estudiantes concurrían a los servicios del comedor. La investigación concluyó que en la Facultad de Ingeniería la calidad de servicio del comedor puede agruparse en cinco dimensiones: fiabilidad, elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía y seguridad.

Giraldo y Manco (2016) en su trabajo de grado de maestría en administración en la universidad de Antioquia – Colombia, titulado: Evaluación de

la percepción de la calidad del servicio de los expendios de alimentos de ciudad universitaria de la universidad de Antioquia.

La investigación estuvo compuesta por dos fases; la medición de las expectativas (cualitativas) y la medición del desempeño (cuantitativa), con la aplicación del modelo Servqual. La muestra para la investigación fue de 430 estudiantes encuestados, compuesta por: 25 administrativos, 370 estudiantes y 35 docentes.

Como conclusiones de la investigación se manifestó que hay existencia directa de correlación entre la calidad del servicio de comedor universitario y la satisfacción de la comunidad universitaria; a medida que aumenta la puntuación de desempeño, también aumenta la satisfacción de los encuestados. De manera similar, se encontró que Servqual es un instrumento fiable, eficaz, corta y factible de aplicar.

1.2.2. Antecedentes nacionales

Agurto (2012) en su tesis para optar por el título profesional de Ingeniero Estadístico, titulado: Percepción y expectativas de la satisfacción de los estudiantes del servicio que brinda el comedor universitario de la Universidad Nacional de Trujillo, 2011.

El propósito del estudio es medir la calidad del servicio de los comedores universitarios en función de la satisfacción percibida y las expectativas de los estudiantes. La investigación fue descriptiva y transversal, se aplicó el instrumento Servqual. Se conformó por una población de 119 estudiantes asistentes al comedor.

La investigación demostró que solo 9% de los comensales encuestados se sintieron satisfechos con la prestación. Así mismo, las dimensiones con un bajo grado de satisfacción fueron seguridad, empatía y confiabilidad.

Apaza (2018) en su tesis titulado: Calidad de servicio en relación a la satisfacción de los comensales del comedor universitario de la universidad nacional José María Arguedas, Andahuaylas 2017.

El autor tuvo la finalidad de establecer una relación entre la calidad del servicio con la satisfacción en el comedor universitario. Se estratificó la muestra a 298 estudiantes, se realizó asignación proporcional por sedes Ccoyahuacho y Santa Rosa.

Se concluyó en que la relación entre variables es muy significativa ($r= 0.673$). La prestación en el comedor Ccoyahuacho se calificó como: bueno (39.0%), regular (50.0%) y malo (11.0%); en el comedor Santa Rosa el servicio se calificó como bueno (34.0%); regular (57.0%) y malo (9.0%).

En el comedor universitario de Ccoyahuacho se demostró que el 77,0% de los comensales valoraron la satisfacción como media, 20,0% manifestó un grado alto y finalmente 3.0% un nivel bajo de satisfacción.

Castillo (2014) en su informe final de investigación titulado: Percepciones de los estudiantes sobre la calidad de servicio en relación al aspecto técnico y funcional del comedor de la Universidad Nacional de Trujillo, en el año 2013.

Se realizó el estudio con la finalidad de detallar y examinar la calidad de servicio que ofrece el comedor universitario, relacionado a aspectos técnicos y funcionales desde el punto de vista de los estudiantes. La muestra se conformó por 124 estudiantes que asistían al comedor universitario, a los que se aplicó las técnicas mencionadas.

Se concluyó que, en términos de técnicos y funcionales, los estudiantes creen que la calidad del servicio en la cafetería de la universidad no es satisfactoria, porque técnicamente hablando, la infraestructura es inadecuada, el equipamiento está en mal

estado y es insuficiente. El personal utiliza uniformes inadecuados, además la calidad de la comida es mala. En cuanto al aspecto funcional, también mostró un trato insuficiente, poca capacidad de respuesta y escasez de empatía entre los empleados en relación a los estudiantes.

Juárez (2016) en la investigación titulada: Percepción de los usuarios del programa comedor universitario sobre la calidad de servicio en relación al aspecto técnico y funcional de la Oficina de Servicio Social, Oficina General de Bienestar Universitario – Universidad Nacional de Trujillo, año 2014.

El estudio comprendió una investigación metódico y minucioso sobre los factores que intermedian en la evaluación de la calidad de servicio, de igual modo en aspectos genéricos característicos de la población estudiada; usando la entrevista, la encuesta y la observación a manera de métodos para recolectar datos. Los frutos del estudio manifestaron que los estudiantes percibieron insatisfacción por parte del servicio que ofrece el área de servicio social, además de deficiencias en la infraestructura, tramites prolongados, deficiente atención al usuario, excesivo tiempo para dar respuesta a una consulta (aspectos técnicos) y trato impropio recibido, falta de privacidad durante el servicio (aspectos funcionales).

1.3.DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- a) **Brecha o Gap:** son diferencias que se presentan en las percepciones sobre la calidad de servicio. Estas diferencias o insuficiencias son los elementos que imposibilitan brindar un servicio con una alta calidad, el cual sea percibido por los consumidores. (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985).
- b) **Calidad de servicio:** no está referido solo a los productos, sino que de igual modo a la calidad de los procedimientos relacionados con esos productos o servicios. La calidad cruza las etapas de las actividades de la organización, es decir, los

procedimientos de progreso, diseño, elaboración, comercio y sostenimiento de servicios o productos. (Imai, 1998).

- c) **Calidad:** son peculiaridades de una empresa que le conceden la capacidad de cumplir con las necesidades de una persona. La International Standar Organization (ISO).
- d) **Expectativas:** es un sentimiento subjetivo, es decir, la posibilidad de que un determinado comportamiento siga a un determinado resultado. (Vroom, 1964)
- e) **Percepción:** incluye tanto la captura de entornos ambientales complejos como la captura de cada objeto. (Allport, 1897-1967)
- f) **Preferencias:** son fenómenos conductuales basados en emociones. La preferencia de X sobre Y es la tendencia de los organismos a acercarse a X con más frecuencia que a Y. Para las personas, este método se puede transformar en diferentes comportamientos, como publicar críticas positivas, comprar productos y cambiar creencias religiosas, caridad, sangre o vida. (Zajonc y Markus, 1982).
- g) **Satisfacción del cliente:** es la valoración de un consumidor respecto a un servicio, la calidad de un bien o el precio del mismo. (Zeithaml, Berry y Parasuraman, 1993).
- h) **Satisfacción:** Es la respuesta emocional del cliente a la experiencia con un servicio o producto. (Bachelet, 1992).
- i) **Servicio:** es una acción que brinda una parte a otra, los servicios son fundamentalmente inmateriales. Su producción esta enlazada o no con un producto tangible. (Kotler, 1997)

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existe relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

2.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- a) Existe relación entre la empatía y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- b) Existe relación entre los elementos tangibles y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- c) Existe relación entre la fiabilidad y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- d) Existe relación entre la capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- e) Existe relación entre la seguridad y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

2.3. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Matriz de consistencia: LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN EN LOS ESTUDIANTES DEL COMEDOR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general		Tipo de estudio Básica Descriptiva relacional
¿Cuál es el grado de relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva?	Identificar el grado de relación que existe entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.	Existe relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Agraria de la Selva.	Variable independiente	Diseño de investigación No experimental Transversal
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Calidad de servicio	Población y muestra Estudiantes que hacen uso del comedor universitario de la UNAS, 2019
¿Cuál es el grado de relación entre los elementos tangibles y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS?	Identificar el grado de relación que existe entre los elementos tangibles y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS.	Existe relación entre los elementos tangibles y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS.		
¿Cuál es el grado de relación entre la fiabilidad y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS?	Identificar el grado de relación que existe entre la fiabilidad y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS.	Existe relación entre la fiabilidad y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS.		
¿Cuál es el grado de relación entre la capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS?	Identificar el grado de relación que existe entre la capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS.	Existe relación entre la capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS.	Variable dependiente	Técnica de recolección de datos Encuesta
¿Cuál es el grado de relación entre la seguridad y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS?	Identificar el grado de relación que existe entre la seguridad y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS.	Existe relación entre la seguridad y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS.	Satisfacción	Instrumento de recolección de datos Cuestionario
¿Cuál es el grado de relación entre la empatía y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS?	Identificar el grado de relación que existe entre la empatía y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS.	Existe relación entre la empatía y el nivel de satisfacción en los estudiantes del comedor universitario en la UNAS.		

2.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Figura 5

Cuadro de Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Calidad de servicio	Definen la calidad de servicio percibida como el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores y sus percepciones sobre los resultados del servicio brindado. (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1993)	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura • Utensilios 	Cuestionario Servqual
		Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Horarios • Condiciones de los alimentos 	
		Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Rapidez del servicio • Interés en el comensal 	
		Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad • Comportamiento del personal 	
		Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Trato del personal • Variedad de alimentos 	
Satisfacción	Define la satisfacción como el grado anímico de un sujeto que es efecto del análisis entre el desempeño de un producto o servicio y sus expectativas. (Philip Kotler, 2003)	Satisfacción de los estudiantes	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente • Cumplimiento del servicio • Rapidez • Trato del personal • Calidad de alimentos 	Cuestionario Likert

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

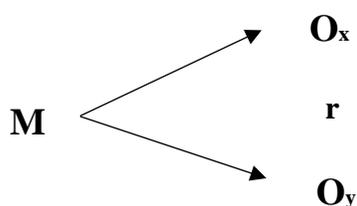
El estudio correspondió al tipo de investigación básica, porque permitió recolectar datos e información para poder conocer la realidad del problema a ser investigado, en lo que corresponde al estudio de la significancia de la calidad del servicio del comedor universitario y el nivel de satisfacción de los estudiantes pudimos conocer cuáles son las deficiencias principales del servicio que se brinda. El nivel de investigación, fue relacional lo que se buscó es conocer el grado de relación entre las variables dependiente e independiente sin establecer una relación de causa-efecto.

3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se empleó el diseño no experimental, porque no hubo manejo de las variables independiente y dependiente, sin embargo, se analizarán en su estado natural.

Figura 6

Diseño de investigación



Leyenda:

M = Estudiantes inscritos en el comedor UNAS

O_x = Calidad de servicio

O_y = Nivel de Satisfacción

r = Relación entre variables

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

La población del estudio fue compuesta por estudiantes que hacían uso del comedor universitario en la UNAS, siendo el total de 940 estudiantes que estuvieron inscritos en el semestre 2019-II, los que se representa en la siguiente tabla:

Tabla 1

Población de estudiantes inscritos en el comedor universitario

FACULTADES DE LA UNAS	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Agronomía	125	13%
Zootecnia	64	7%
Industrias Alimentarias	70	7%
Recursos Naturales Renovables	321	34%
Ciencias Económicas y Administrativas	176	19%
Informática y Sistemas	48	5%
Ciencias Contables	102	11%
Mecánica Eléctrica	34	4%
Población Total	940	100%

Fuente: Área de Servicios Sociales de la UNAS 2019-II

3.3.2. Muestra

La muestra se determinó a partir de la población de los estudiantes que accedieron al servicio de comedor universitario en el semestre 2019-II, siendo una muestra probabilística porque los elementos que lo componen tienen la misma posibilidad de ser elegidos. Para determinar la muestra se hizo uso de la siguiente fórmula:

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

Leyenda:

n= Muestra

N= Población

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

Z= ($\alpha = 0.05 = 1.96$)

e= Margen de error

Reemplazando:

n= ¿?

N= 940

p= 0.5

q= 0.5

Z= 1.96

 $\alpha = 0.05$

$$n = \frac{[1.96^2(0.50)(0.50)(1333)]}{[(0.05)^2(940 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50]}$$

$$n = 272.92 \quad \longrightarrow \quad n = 273 \text{ estudiantes}$$

Se realizó la estratificación de la muestra de 273 estudiantes comensales del comedor universitario, para obtener una muestra por cada facultad de la universidad para aplicar el instrumento de investigación y a su vez realizar una comparación de resultados por estratos. Estratificar la muestra mejora la exactitud e involucra el uso voluntario de un tamaño de muestra diferente para cada estrato, con el propósito de disminuir la varianza de cada unidad de la media muestral. (Kalton y Heeringa, 2003). Para ello se aplicó la siguiente fórmula:

$$\frac{n}{N} = \frac{273}{940} = 0.2904$$

Se dividió la muestra entre la población y la fracción resultante fue multiplicada por la población de cada una de las facultades de la universidad. Sustituyendo se obtuvo la muestra estratificada por facultades de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, que se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2*Estratificación de la muestra por Facultades de la U.N.A.S.*

FACULTADES DE LA UNAS	MUESTRA	%
Agronomía	36	13%
Zootecnia	19	7%
Industrias Alimentarias	20	7%
Recursos Naturales Renovables	93	34%
• Ingeniería Ambiental	40	15%
• Ingeniería Forestal	19	7%
• Ingeniería en conservación Suelos y Agua	14	5%
• Recursos Naturales Renovables	20	7%
Ciencias Económicas y Administrativas	51	19%
• Ciencias Económicas	25	9%
• Ciencias Administrativas	26	10%
Informática y Sistemas	14	5%
Ciencias Contables	30	11%
Mecánica Eléctrica	10	4%
TOTAL	273	100%

Fuente: Elaboración propia

3.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1. Encuesta

Para la recolección de datos que fueron procesados se utilizó la técnica de encuesta, en la que se formularon preguntas de escala que permitieron recabar la información que fue procesada.

3.4.2. Cuestionario

Se utilizaron dos cuestionarios para cada variable, se modificó el cuestionario Servqual para ser aplicado en los estudiantes del comedor, compuesto por 22 preguntas de percepción de servicio para la variable independiente calidad de servicio. Del mismo modo se utilizó un cuestionario de escala de Likert compuesto por 6 preguntas para la variable satisfacción.

3.5. TÉCNICAS DE ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Los datos obtenidos a partir de la encuesta, se analizaron en el programa estadístico IBM SPSS versión 25 y Microsoft Excel 2016. Se utilizó la estadística descriptiva que permitió recolectar, presentar, describir, analizar e interpretar los datos. Siendo la primera tarea describir el comportamiento de los datos o las puntuaciones obtenidas para cada variable.

La selección para la estadística inferencial estará en función de la distribución de los datos, se utilizó Rho de Spearman, porque los datos de la investigación son ordinales en ambas variables.

3.6. PROCEDIMIENTOS

3.6.1. Validez del instrumento

Se validó el instrumento para determinar la confiabilidad a través de juicio de expertos. Evaluado por 3 docentes de la Escuela Profesional de Administración de la UNAS. El resultado promedio de la validez fue de 87.61; esto permitió que se concluya con que, según el veredicto de los expertos los ítems presentados son sólidos con la variable objeto de medición.

Tabla 3

Validez del instrumento por juicio de expertos

Nº	CRITERIOS DE VALORACIÓN	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3
1	Los ítems son claros y están redactados en lenguaje apropiado para el estudio.	90	85	85
2	Los ítems permiten evaluar conductas.	95	90	80
3	Los ítems presentan consistencia en el marco teórico.	90	90	90
4	Existe coherencia en la composición de ítems – indicadores- dimensiones – variables.	95	85	85
5	La cantidad de ítems son suficientes por cada indicador.	90	90	75

6	El instrumento es útil para el método propuesto.	85	85	90
7	La organización de los ítems tiene una secuencia lógica.	85	85	95
Promedio		90.00	87.14	85.71
Promedio Total		87.61		

Fuente: Encuesta Criterios de valoración

3.6.2. Fiabilidad del instrumento

Se estableció la fiabilidad del instrumento a través del estadístico Alfa de Cronbach, que es un índice de consistencia interna; aplicado a una muestra piloto de 30 estudiantes del comedor universitario que fueron encuestados, para luego procesar los datos obtenidos y determinar la relación entre las variables en estudio. El resultado de la fiabilidad el instrumento, Alfa de Cronbach para el cuestionario de la investigación mostró un valor de 0.910, es decir, fue aceptable debido a que fue superior al mínimo que se acepta en investigaciones para ciencias sociales.

Tabla 4

Análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,910	27

Fuente: Encuesta piloto

3.6.3. Prueba de normalidad

Se determinó la normalidad de los datos, a través del estadístico Kolmogorov-Smirnov (K-S), el cual estableció si los datos fueron paramétricos (normales) o no paramétricos (no normales).

H0: los datos son paramétricos

H1: los datos son no paramétricos

Tabla 5*Prueba de normalidad de variables*

Variables	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de servicio	,083	273	,000
Satisfacción	,168	273	,000

Fuente: Datos procesados en SPSS

Análisis: el resultado muestra que la significancia es menor que 0.05 en ambas variables, entonces, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, los datos obtenidos no son paramétricos (no normales).

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

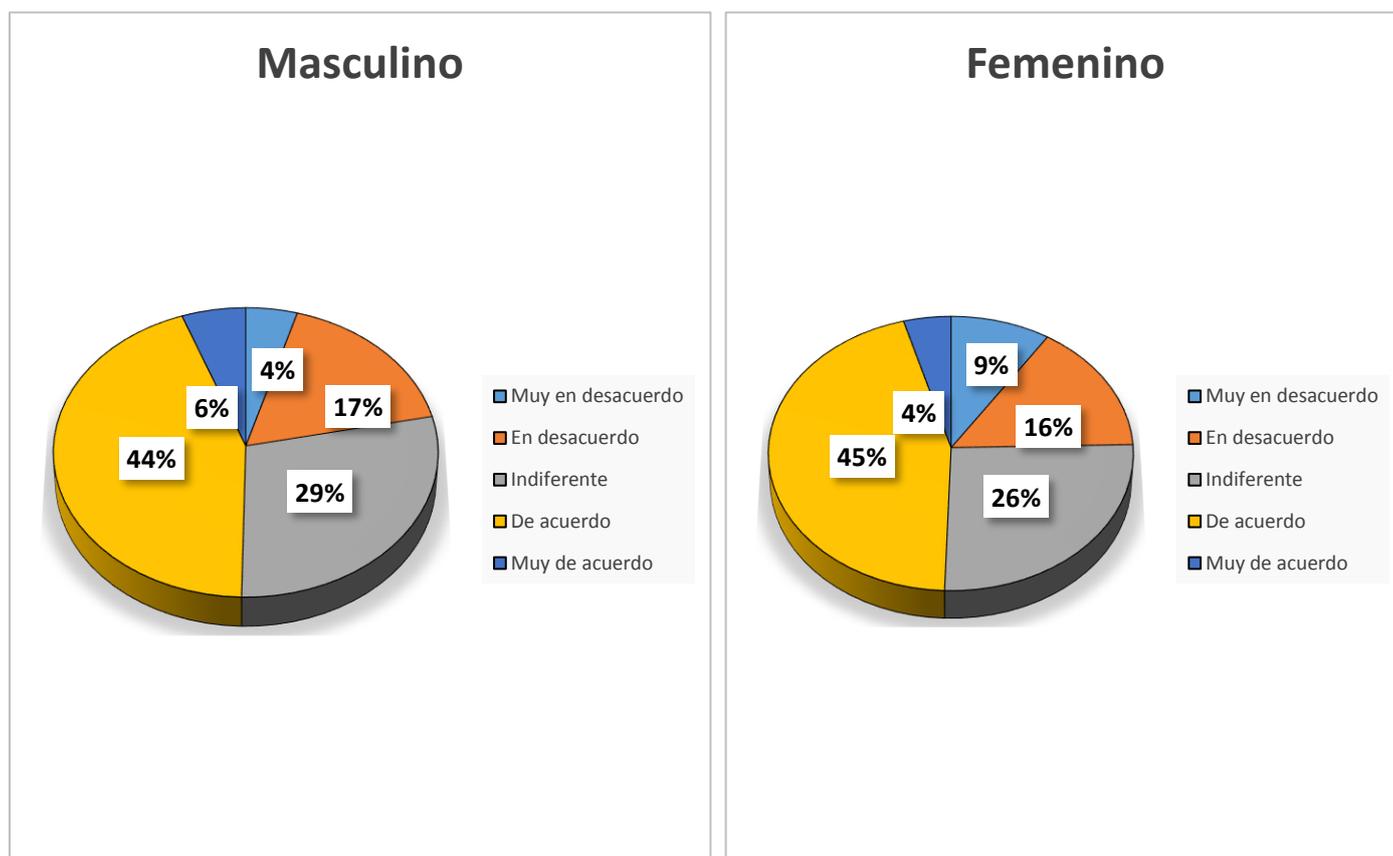
4.1. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

La investigación se realizó en la Universidad Nacional Agraria de la Selva (U.N.A.S.) en la Provincia de Leoncio Prado, del Departamento de Huánuco. El estudio contó con una muestra de doscientos setenta y tres estudiantes de las 8 facultades de la universidad ($n = 273$), la muestra se distribuyó teniendo en cuenta la población de cada facultad de la universidad. Se analizó también las características del género y edad de los estudiantes.

4.1.1. Análisis según género de los encuestados

Se realizó un análisis comparativo entre los géneros de los estudiantes (masculino y femenino), sobre como percibían la calidad de los servicios que brinda el comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, donde se manifestó que el 44% de los estudiantes del género masculino calificaron que estuvieron “de acuerdo” con los servicios del comedor, de igual modo calificaron el género femenino con un 45% de participación; en segundo lugar quedaron las percepciones valoradas como “indiferentes” con porcentajes de 29% por parte del género masculino y 26% el género femenino.

De estos resultados se pudo concluir que ambos géneros de estudiantes percibían de manera positiva la atención que se les brindó en el comedor de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

Figura 7*Género de los encuestados*

4.1.2. Análisis según edad de los encuestados

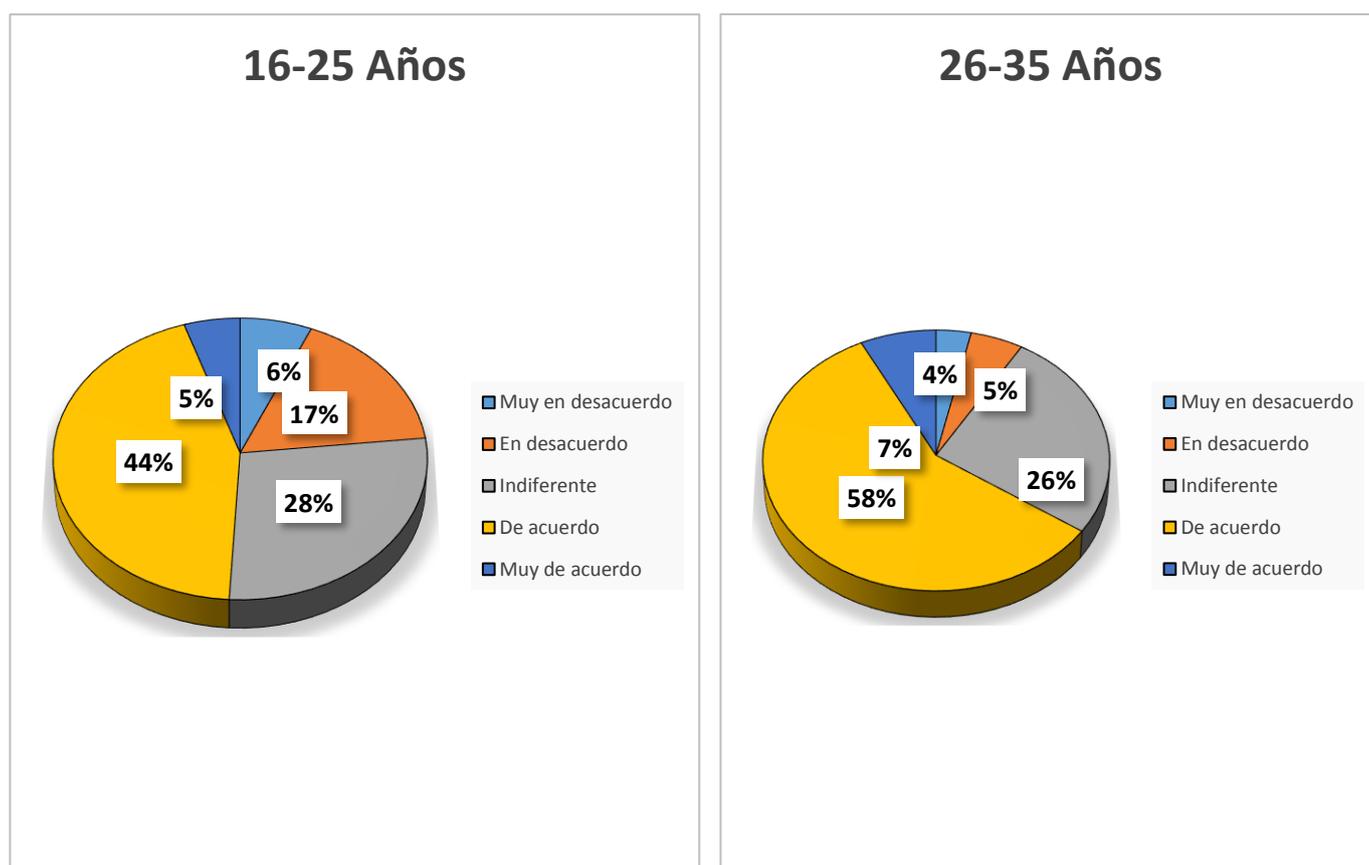
Se realizó el análisis en el que se compararon las percepciones que tenían los estudiantes sobre la calidad de los servicios del comedor universitario, basado en las edades de los mismos. Las edades estuvieron divididas en rangos de 16 años a 25 años y 26 años a 35 años, según los datos que se recopilaban de las encuestas realizadas a los estudiantes.

Los resultados indicaron que, el 44% de los estudiantes de entre 16 años y 25 años estuvieron “de acuerdo” con la calidad de servicio del comedor, así mismo, el 58% de los estudiantes de edades entre 26 años y 35 años manifestaron estar “de acuerdo”.

Se concluyó con los resultados en que los estudiantes de ambos rangos de edades valoraron de manera positiva la calidad de los servicios del comedor universitario.

Figura 8

Edad de los encuestados



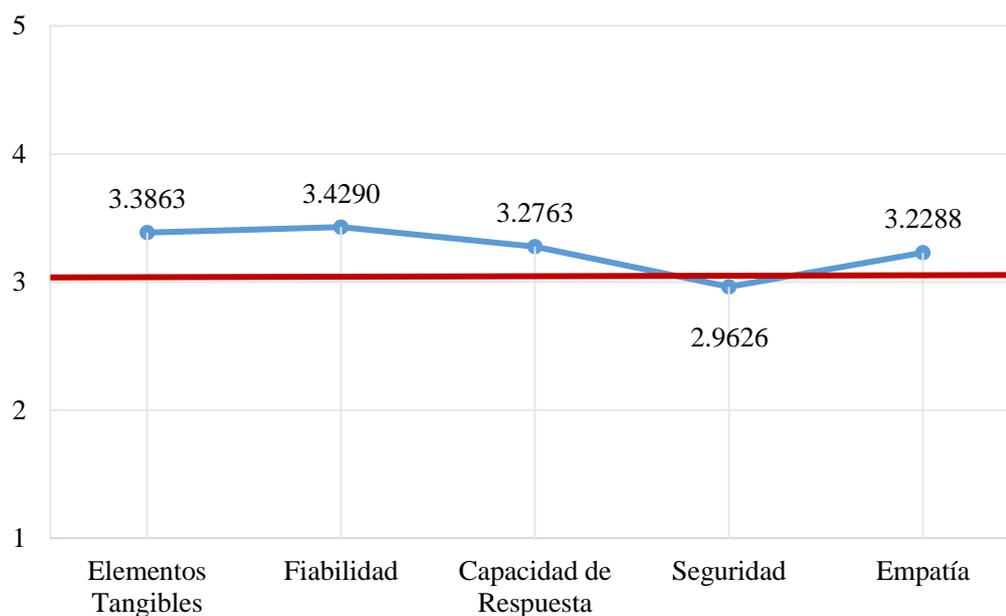
4.2. DESCRIPCIÓN DE LAS DIMENSIONES DE PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD

En el estudio de la variable independiente se utilizó el instrumento Servqual modificado, compuesto por 22 interrogantes clasificadas en 5 dimensiones: Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía. El cuestionario fue aplicado a los estudiantes del comedor universitario únicamente sobre las percepciones de la calidad de servicio. Se utilizó una escala valorativa con 5 alternativas

(Muy de acuerdo = 5, De acuerdo = 4, Indiferente = 3, En desacuerdo = 2 y Muy en desacuerdo = 1). Se clasificaron los resultados por cada dimensión correspondiente al instrumento Servqual.

Figura 9

Promedios totales de las dimensiones de Servqual



Analizando la figura 9, sobre la descripción de las dimensiones evaluadas, se muestra que Fiabilidad fue la mejor percibida ($\bar{X} = 3.4290$), por otra parte, Elementos Tangibles ($\bar{X} = 3.3863$), Capacidad de respuesta ($\bar{X} = 3.2763$) y Empatía ($\bar{X} = 3.2288$) se posicionaron también por encima de la media representando una percepción positiva por los estudiantes.

Sin embargo, se observó que la dimensión con la percepción más baja fue Seguridad, obteniendo una puntuación por debajo de la media ($\bar{X} = 2.9626$).

4.2.1. Dimensión Elementos Tangibles

Esta dimensión evalúa las apariencias físicas de las instalaciones, equipos,

materiales e insumos que se utilizaron en el comedor universitario. Esta dimensión estuvo compuesta por los ítems del 1 al 4 del cuestionario que se aplicó. La tabla número 6, muestra los respectivos resultados:

Tabla 6

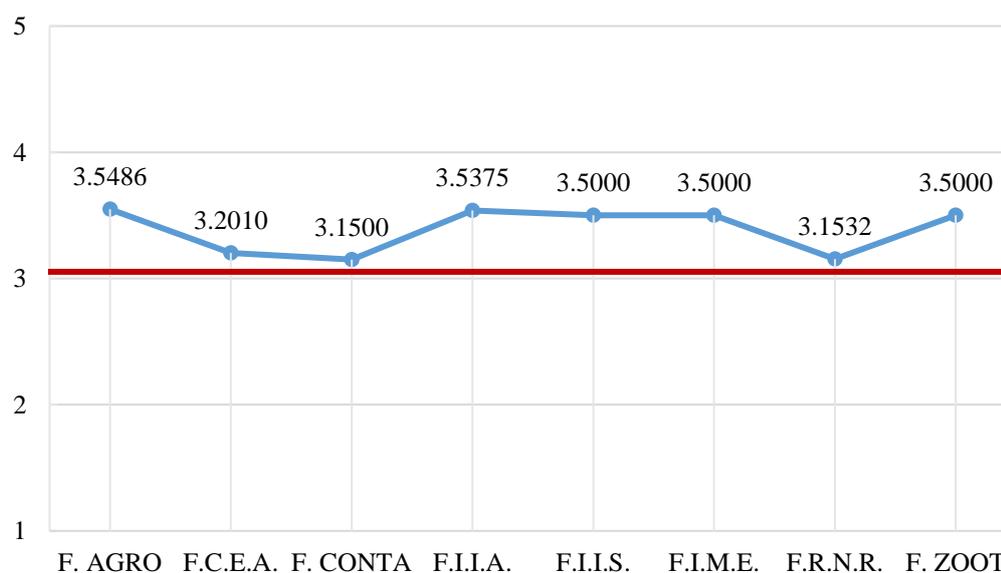
Promedios de puntuaciones para la dimensión Elementos Tangibles

ELEMENTOS TANGIBLES	
Facultades de la U.N.A.S.	Media (\bar{X})
Agronomía	3.5486
Ciencias Económicas y Administrativas	3.2010
Contabilidad	3.1500
Industrias Alimentarias	3.5375
Informática y Sistemas	3.5000
Mecánica Eléctrica	3.5000
Recursos Naturales Renovables	3.1532
Zootecnia	3.5000

Fuentes: Encuestas realizadas a los estudiantes

Figura 10

Medias de la dimensión Elementos Tangibles por facultades



Analizando la figura 10 que muestra que las puntuaciones con respecto a la dimensión Elementos Tangibles, se observó que las puntuaciones estuvieron por

encima de la media. La facultad de Agronomía mostró una de las percepciones más altas hacia la dimensión con una puntuación de 3.55, seguida de la facultad de Industrias alimentarias con 3.54.

Por lo tanto, los estudiantes encuestados de las facultades percibieron de manera positiva los indicadores que formaron parte de la dimensión mencionada.

4.2.2. Dimensión Fiabilidad

Con esta dimensión se pudo evaluar el nivel de confianza que los estudiantes percibían respecto al servicio que se prometió brindar en el comedor de la universidad. Los ítems del 5 al 9 correspondieron a Fiabilidad.

Tabla 7

Promedio de puntuaciones para la dimensión Fiabilidad

FIABILIDAD	
Facultades de la U.N.A.S.	Media (\bar{X})
Agronomía	3.5222
Ciencias Económicas y Administrativas	3.4392
Contabilidad	3.2533
Industrias Alimentarias	3.6800
Informática y Sistemas	3.4143
Mecánica Eléctrica	3.2800
Recursos Naturales Renovables	3.3376
Zootecnia	3.5053

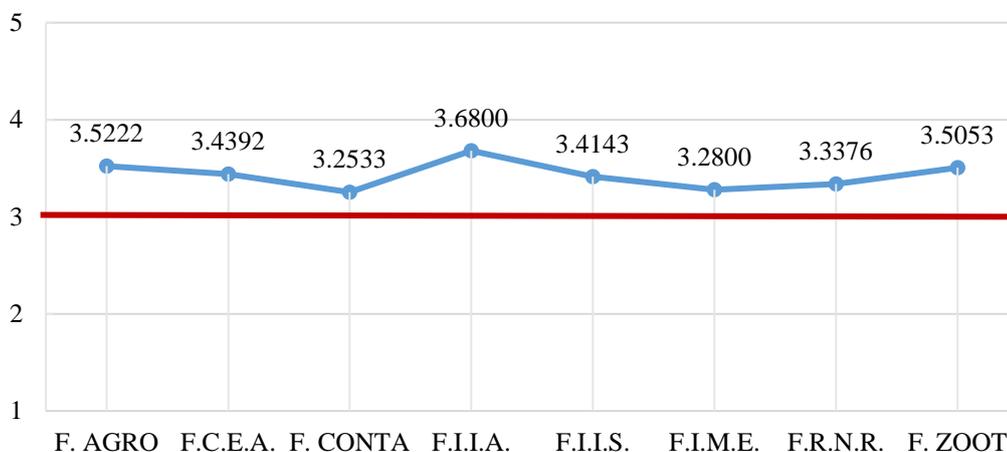
Fuentes: Encuestas realizadas a los estudiantes

La figura 11 muestra que los resultados sobre la dimensión Fiabilidad, fueron que la facultad de Industrias Alimentarias tiene una percepción alta con respecto a la dimensión con una puntuación de 3.68, seguida de la facultad de Agronomía (3.52) y la facultad de Zootecnia (3.5053).

En general, los resultados que se mostraron para la dimensión estuvieron por encima de la media, lo que significó que las percepciones de los estudiantes sobre Fiabilidad fueron valoradas favorablemente.

Figura 11

Medias de la dimensión Fiabilidad por facultades



4.2.3. Dimensión Capacidad de Respuesta

La dimensión Capacidad de Respuesta analizó la destreza y rapidez con la que el personal del comedor universitario atendió a los estudiantes. Estuvo compuesto por los ítems del 10 al 13 del cuestionario.

Tabla 8

Promedio de puntuaciones para la dimensión Capacidad de Respuesta

CAPACIDAD DE RESPUESTA	
Facultades de la U.N.A.S.	Media (\bar{X})
Agronomía	3.0764
Ciencias Económicas y Administrativas	3.4314
Contabilidad	3.3000
Industrias Alimentarias	3.9000
Informática y Sistemas	3.4821
Mecánica Eléctrica	2.4750
Recursos Naturales Renovables	3.4005
Zootecnia	3.1447

Fuentes: Encuestas realizadas a los estudiantes

En la figura 12 se aprecia los resultados de Capacidad de Respuesta, se mostró que la facultad de Industrias Alimentarias obtuvo una percepción alta sobre la dimensión, con una puntuación de 3.90 en la escala, en segundo lugar, la facultad

de Ingeniería en Informática y Sistemas con una valoración de 3.48 puntos; siendo estas las valoraciones más altas para la dimensión. Mecánica Eléctrica obtuvo una puntuación de 2.48, siendo la percepción más baja entre todas las facultades.

Figura 12

Medias de la dimensión Capacidad de Respuesta por facultades



4.2.4. Dimensión Seguridad

Esta dimensión representa las percepciones del comportamiento, conocimiento sobre el servicio y cortesía que tuvieron los empleados del comedor con los estudiantes. La dimensión estuvo conformada por los ítems del 14 al 17 dentro del cuestionario.

Tabla 9

Promedio de puntuaciones para la dimensión Seguridad

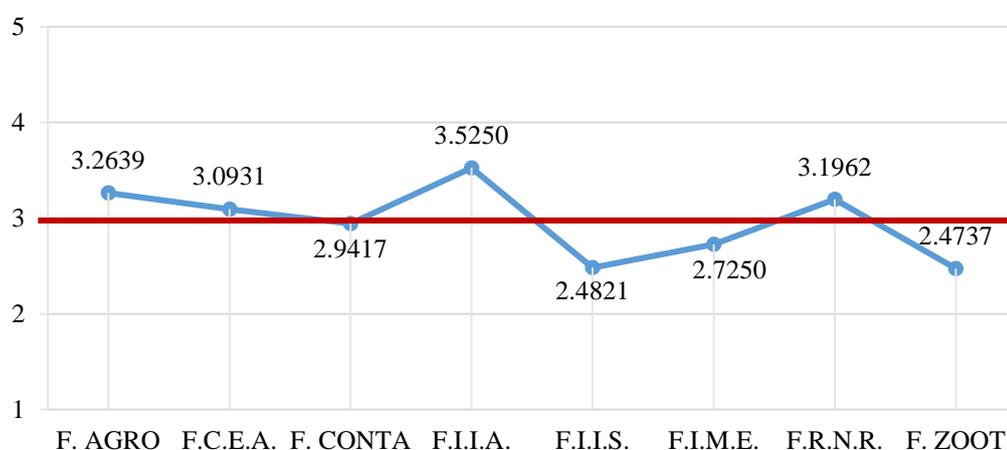
SEGURIDAD	
Facultades de la U.N.A.S.	Media (\bar{X})
Agronomía	3.2639
Ciencias Económicas y Administrativas	3.0931
Contabilidad	2.9417
Industrias Alimentarias	3.5250
Informática y Sistemas	2.4821
Mecánica Eléctrica	2.7250
Recursos Naturales Renovables	3.1962
Zootecnia	2.4737

Fuentes: Encuestas realizadas a los estudiantes

En la figura 13 se observó que la facultad de Industrias Alimentarias obtuvo la percepción más alta para la dimensión Seguridad, con una puntuación de 3.53. También se observó que la dimensión obtuvo puntuaciones por debajo de la media, en 4 facultades siendo las percepciones más bajas las de la facultad de Zootecnia (2.47) y la facultad de Informática y Sistemas (2.48).

Figura 13

Medias de la dimensión Seguridad por facultades



4.2.5. Dimensión Empatía

A través de esta dimensión se determinó la percepción con respecto a la atención individualizada, comunicación y comprensión de los empleados del comedor hacia las necesidades de los estudiantes; los ítems del 18 al 22 formaron parte de esta dimensión.

Tabla 10

Promedio de puntuaciones para la dimensión Empatía

EMPATÍA	
Facultades de la U.N.A.S.	Media (\bar{X})
Agronomía	3.0333
Ciencias Económicas y Administrativas	3.2549
Contabilidad	3.1600
Industrias Alimentarias	3.3300
Informática y Sistemas	3.5000
Mecánica Eléctrica	2.8000

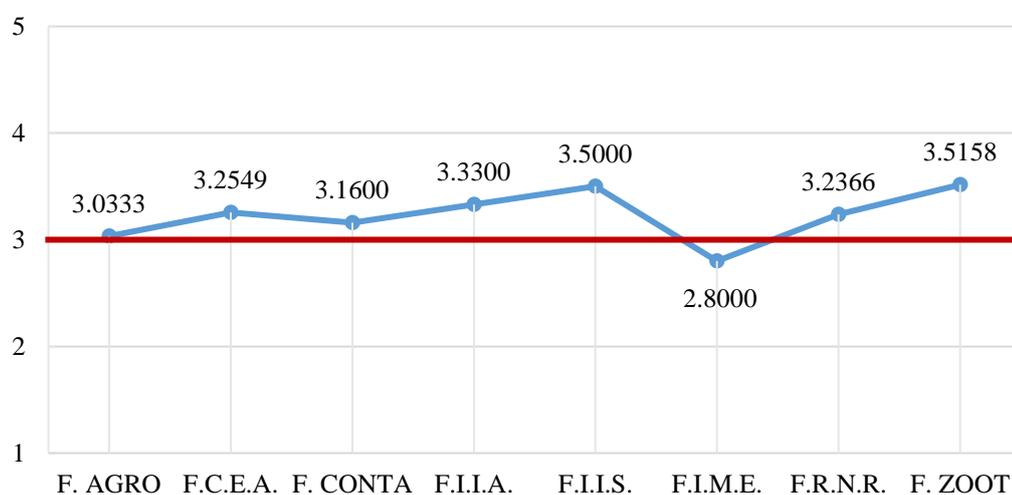
Recursos Naturales Renovables	3.2366
Zootecnia	3.5158

Fuentes: Encuestas realizadas a los estudiantes

En la figura 14 se aprecia que las puntuaciones de 7 facultades estuvieron por encima de la media, siendo las percepciones más altas el de las facultades de Zootecnia (3.52) y la de Informática y Sistemas (3.50), contrario de la facultad en Mecánica Eléctrica que obtuvo una percepción baja, con una puntuación de 2.80.

Figura 14

Medias de la dimensión Empatía por facultades



4.2.6. Media total de las dimensiones

La tabla 11 muestra que las dimensiones con puntuaciones más altas y, por lo tanto, las mejores percibidas por los estudiantes fueron Capacidad de Respuesta (3.90), Fiabilidad (3.68) y Elementos Tangibles (3.54), siendo calificadas con puntuaciones sobre la media por las 8 facultades de la UNAS. Sin embargo, la dimensión con los promedios más bajos fue Seguridad, calificada por las facultades de Contabilidad, Sistemas, Mecánica Eléctrica y Zootecnia (2.94, 2.48, 2.75 y 2.47) respectivamente.

También se pudo observar que la Facultad de Ingeniería en Mecánica Eléctrica tuvo las percepciones más bajas (Capacidad de respuesta, Seguridad y

Empatía) con puntuaciones por debajo de la media.

Tabla 11

Medias totales de las dimensiones de Servqual

Facultades de la U.N.A.S.	Dimensiones				
	Elementos Tangibles	Fiabilidad	Capacidad de Respuesta	Seguridad	Empatía
Agronomía	3.5486	3.5222	3.0764	3.2639	3.0333
Ciencias Económicas y Administrativas	3.2010	3.4392	3.4314	3.0931	3.2549
Contabilidad	3.1500	3.2533	3.3000	2.9417	3.1600
Industrias Alimentarias	3.5375	3.6800	3.9000	3.5250	3.3300
Informática y Sistemas	3.5000	3.4143	3.4821	2.4821	3.5000
Mecánica Eléctrica	3.5000	3.2800	2.4750	2.7250	2.8000
Recursos Naturales Renovables	3.1532	3.3376	3.4005	3.1962	3.2366
Zootecnia	3.5000	3.5053	3.1447	2.4737	3.5158
Máximo	3.5486	3.6800	3.9000	3.5250	3.5158
Mínimo	3.1500	3.2533	2.4750	2.4737	2.8000

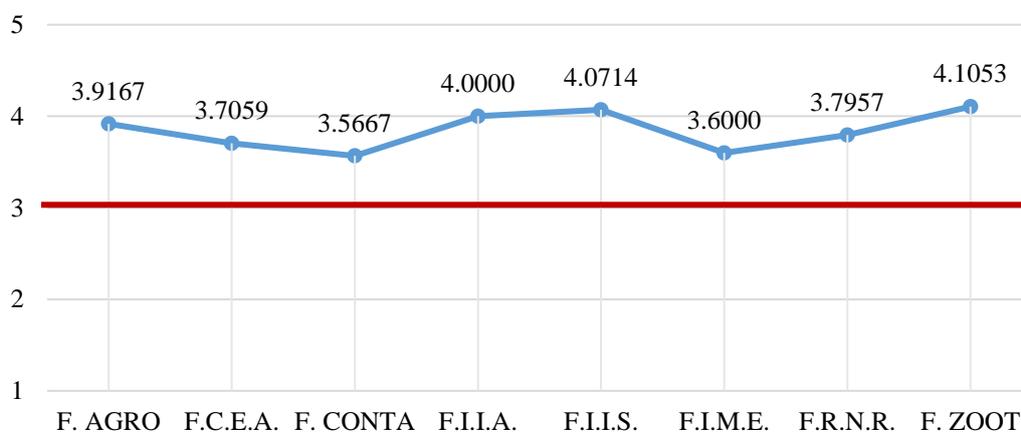
Fuentes: Encuestas realizadas a los estudiantes

4.3. SATISFACCIÓN

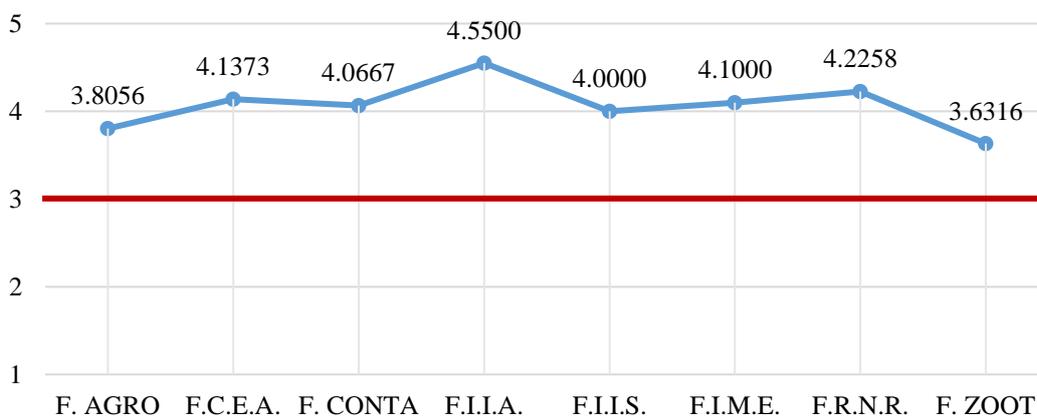
Los resultados para el estudio de la variable independiente se obtuvieron, mediante la utilización de un cuestionario de escala de Likert con 5 alternativas (1 = Muy Insatisfecho, 2 = Insatisfecho, 3 = Indiferente, 4 = Satisfecho y 5 = Muy Satisfecho) compuesto por 5 ítems.

4.3.1. Satisfacción con la infraestructura y ambiente del comedor

En la figura 15 se observó que, los estudiantes de todas las facultades valoraron la infraestructura y ambiente del comedor con promedios por encima de la media; siendo las facultades de Zootecnia (4.10), Informática y sistemas (4.07) e Industrias Alimentarias (4.00) las que puntuaron este ítem con promedios por encima de 4; es decir, estuvieron satisfechos con el aspecto evaluado.

Figura 15*Nivel de Satisfacción respecto a infraestructura***4.3.2. Satisfacción con el cumplimiento del servicio del comedor**

La figura 16 mostró que, los estudiantes manifestaron sentirse satisfechos con el cumplimiento de los servicios que ofrece el comedor universitario, siendo las facultades Industrias Alimentarias (4.55), Recursos Naturales Renovables (4.23) y Ciencias económicas y administrativas (4.13) las que obtuvieron los promedios más altos.

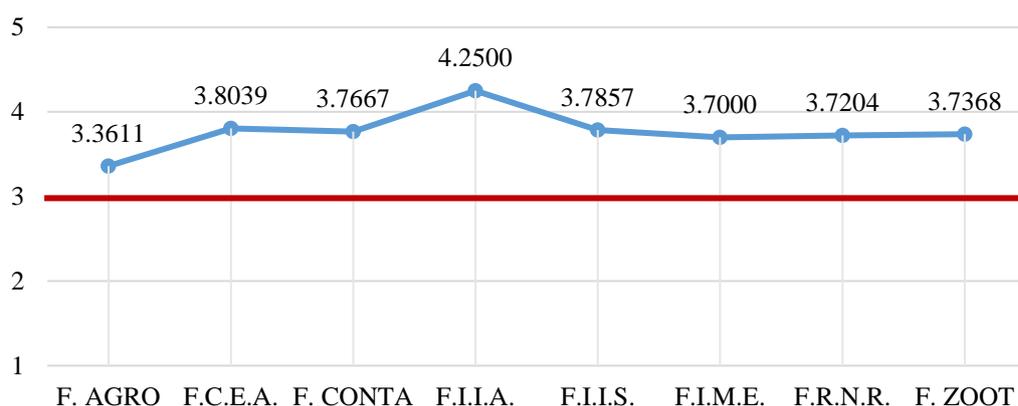
Figura 16*Nivel de Satisfacción respecto a cumplimiento del servicio***4.3.3. Satisfacción con la rapidez de atención en el comedor**

Los resultados sobre el nivel de satisfacción que se obtuvo respecto a la

rapidez de atención en el comedor universitario manifestó que, los estudiantes en su mayoría se sintieron satisfechos; presentando el promedio más alto la facultad de Industrias Alimentarias (4.25) y la facultad que tuvo el promedio más bajo fue Agronomía (3.36)

Figura 17

Nivel de Satisfacción respecto a la rapidez de atención

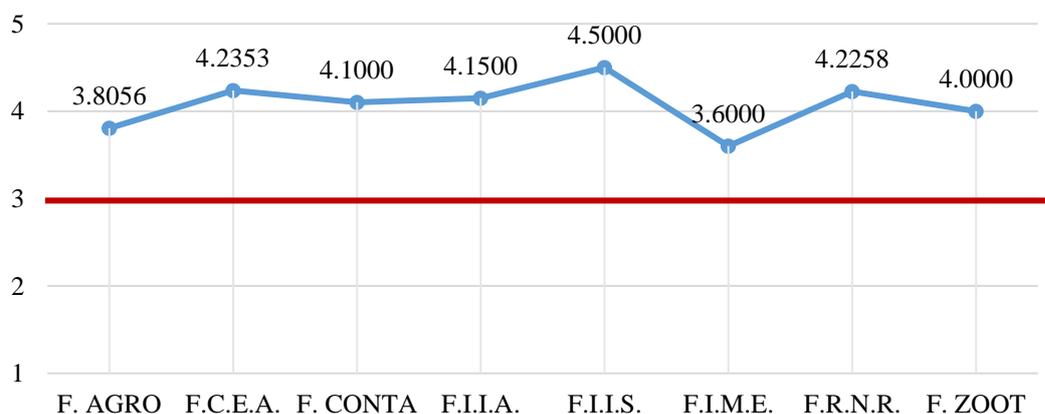


4.3.4. Satisfacción con el trato del personal

La figura 18 mostró que la alternativa “satisfecho” predominó entre las valoraciones de los encuestados, las facultades con el promedio más alto fueron: Ingeniería en sistemas (4.50), Ciencias económicas y administrativas (4.23), Recursos naturales (4.22) e Industrias Alimentarias (4.15).

Figura 18

Nivel de Satisfacción respecto al trato del personal



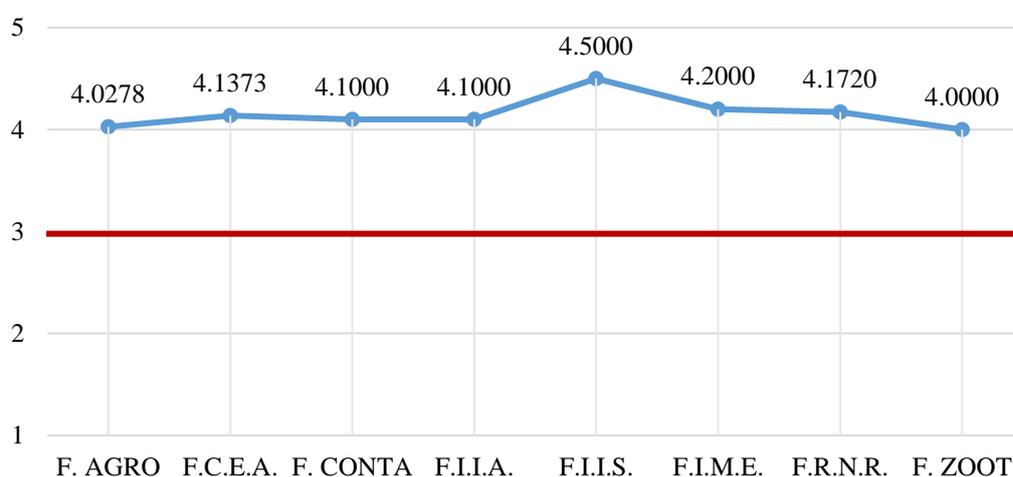
4.3.5. Satisfacción con la calidad de los alimentos del comedor

En la figura 19 se mostró que los estudiantes de las facultades expresaron sentirse en su mayoría “satisfechos” con respecto a la calidad de los alimentos en el comedor universitario.

Las facultades que valoraron el ítem con los promedios más altos fueron Informática y Sistema (4.50), Mecánica Eléctrica (4.20) y Recursos Naturales Renovables (4.17).

Figura 19

Nivel de Satisfacción respecto a la calidad de alimentos



4.4. PRUEBA DE HIPÓTESIS

4.4.1. Hipótesis General

Para la determinación de correlación entre la variable independiente (calidad de servicio) y la variable dependiente (satisfacción), se utilizó la prueba estadística Rho de Spearman (r_s) que es una medida de correlación en donde ambas variables son ordinales. Donde -1.0 será una correlación perfecta negativa y +1.0 será una correlación perfecta positiva, tomando el valor 0 como falta de correlación entre las variables estudiadas. Se estableció el valor de significancia alfa al 5% ($\alpha = 0.05$) para las pruebas y el nivel de confianza de $(1 - \alpha)$ que equivale a 95% (0.95).

Para la determinación de la hipótesis general se plantea lo siguiente:

H1: Existe relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

H0: No existe relación entre la calidad de servicio y el nivel satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

Tabla 12

Correlación entre la calidad de servicio y satisfacción, en el comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva

Correlaciones				
			Calidad de Servicio	Satisfacción
Rho de Spearman	Variable Independiente	Coefficiente de correlación	1,000	,399**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	273	273
	Variable Dependiente	Coefficiente de correlación	,399**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	273	273

Fuente: Datos de encuesta procesados en SPSS 25

Coefficiente de correlación (rs): la prueba estadística Rho de Spearman muestra que la correlación es positiva, pero débil entre la variable independiente calidad de servicio y la variable dependiente satisfacción, con un valor (rs) de 0.399.

Significancia bilateral (P-valor): la significancia bilateral es de $0.000 < a 0.05$; por lo tanto, la correlación es significativa entre las variables.

Decisión: el coeficiente de correlación fue de 0.399, lo que indica que existe relación positiva directa, entre las variables calidad de servicio y satisfacción; por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis del investigador (H1) manifestando que existe relación en las variables. Sin embargo,

la relación se considera débil.

4.4.2. Hipótesis Específicas

Se determinó las hipótesis específicas con la prueba estadística Rho de Spearman (r_s), que es una medida de correlación en donde ambas variables son ordinales. Se estableció el valor de significancia alfa al 5% ($\alpha = 0.05$) y el nivel de confianza es de $(1 - \alpha)$ equivalente a 95% (0.95).

4.4.2.1. Hipótesis Específica 1

H1: Existe relación entre la dimensión elementos tangibles y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la U.N.A.S.

H0: No existe relación entre la dimensión elementos tangibles y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la U.N.A.S.

Tabla 13

Correlación entre la dimensión Elementos Tangibles y satisfacción, en el comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva

Correlaciones				
			Elementos Tangibles	Satisfacción
Rho de Spearman	Elementos Tangibles	Coefficiente de correlación	1,000	,262**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	273	273
	Satisfacción	Coefficiente de correlación	,262**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	273	273

Fuente: Datos de encuesta procesados en SPSS 25

Coefficiente de correlación (r_s): demuestra que hay correlación entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción, con una correlación calificada como débil (0.262).

Significancia bilateral (P-valor): el resultado de la significancia bilateral fue 0.000, lo que manifiesta que la correlación es significativa.

Decisión: el coeficiente de correlación fue (0.262) indica que hay correlación positiva directa, entre elementos tangibles y la variable satisfacción; consecuentemente, se acepta la hipótesis del investigador (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0), con ello se demostró que hay relación entre las variables.

4.4.2.2. Hipótesis Específica 2

H1: Existe relación entre la dimensión fiabilidad y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la U.N.A.S.

H0: No existe relación entre la dimensión fiabilidad y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la U.N.A.S.

Tabla 14

Correlación entre la dimensión Fiabilidad y satisfacción, en el comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva

Correlaciones				
			Fiabilidad	Satisfacción
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,310**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	273	273
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,310**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	273	273

Fuente: Datos de encuesta procesados en SPSS 25

Coefficiente de correlación (rs): se demostró que existe correlación entre fiabilidad y satisfacción, la correlación fue valorada como débil (0.310).

Significancia bilateral (P-valor): el resultado de la significancia bilateral fue 0.000, es decir, la correlación es significativa.

Decisión: el coeficiente de correlación fue 0.310, indicando que existe correlación positiva directa, entre la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción;

consecuentemente, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis del investigador (H1); por lo tanto, existe relación entre ambas variables.

4.4.2.3. Hipótesis Específica 3

H1: Existe relación entre la dimensión capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la U.N.A.S.

H0: No existe relación entre la dimensión capacidad de respuesta y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la U.N.A.S.

Tabla 15

Correlación entre la dimensión Capacidad de Respuesta y satisfacción, en el comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva

Correlaciones				
			Capacidad de Respuesta	Satisfacción
Rho de Spearman	Capacidad de Respuesta	Coefficiente de correlación	1,000	,280**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	273	273
	Satisfacción	Coefficiente de correlación	,280**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	273	273

Fuente: Datos de encuesta procesados en SPSS 25

Coefficiente de correlación (rs): se demostró que hay correlación entre capacidad de respuesta y satisfacción, con una correlación valorada como débil (0.280).

Significancia bilateral (P-valor): el resultado de la significancia bilateral fue 0.000, manifestando que la correlación es significativa.

Decisión: el coeficiente de correlación fue 0.280, esto manifiesta que hay correlación positiva directa, entre capacidad de respuesta y la variable satisfacción; por consiguiente, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0); por lo tanto, hay relación entre ambas variables.

4.4.2.4. Hipótesis Específica 4

H1: Existe relación entre la dimensión seguridad y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la U.N.A.S.

H0: No existe relación entre la dimensión seguridad y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la U.N.A.S.

Tabla 16

Correlación entre la dimensión Seguridad y satisfacción, en el comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva

		Correlaciones		
		Seguridad	Satisfacción	
Rho de Spearman	Seguridad	Coefficiente de correlación	1,000	,311**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	273	273
	Satisfacción	Coefficiente de correlación	,311**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	273	273

Fuente: Datos de encuesta procesados en SPSS 25

Coefficiente de correlación (r_s): se demostró que hay correlación entre seguridad y satisfacción, con una correlación valorada como débil (0.311).

Significancia bilateral (P-valor): el resultado de la significancia bilateral fue 0.000, manifestando que la correlación es significativa.

Decisión: el coeficiente de correlación (0.311) manifiesta que hay correlación directa positiva, entre seguridad y la variable satisfacción; entonces se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis del investigador (H1); es decir, existe relación entre las variables.

4.4.2.5. Hipótesis Específica 5

H1: Existe relación entre la dimensión empatía y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la U.N.A.S.

H0: No existe relación entre la dimensión empatía y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la U.N.A.S.

Tabla 17

Correlación entre la dimensión Empatía y satisfacción, en el comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva

			Correlaciones	
			Empatía	Satisfacción
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,393**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	273	273
	Satisfacción	Coefficiente de correlación	,393**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	273	273

Fuente: Datos de encuesta procesados en SPSS 25

Coefficiente de correlación (r_s): se demostró que hay correlación entre empatía y satisfacción, con una correlación valorada como débil (0.393)

Significancia bilateral (P-valor): el resultado del valor de la significancia bilateral fue 0.000, manifestando que la correlación es significativa.

Decisión: el coeficiente de correlación (0.393) manifiesta que hay correlación positiva directa, entre empatía y satisfacción; entonces se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis del investigador (H1); por lo tanto, hay relación entre las variables.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

El estudio de los servicios y su calidad en diferentes organismos o establecimientos tienen mucha importancia, porque permite saber la percepción y expectativas de los usuarios, además a través de ella se conocerá los factores que involucran el ofrecer un servicio de calidad. “La clave para obtener una calidad de servicio de alto nivel es, imitar o superar las perspectivas que tiene el cliente” (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1993).

Por ello la investigación se enfocó en evaluar y analizar qué percibieron los estudiantes sobre el servicio del comedor universitario de la U.N.A.S. y con ello establecer el impacto de la calidad de servicio en la satisfacción de los estudiantes.

Para la determinación de la percepción de los alumnos sobre la calidad de servicio en el comedor de la U.N.A.S. se consideró cinco dimensiones: seguridad, fiabilidad, elementos tangibles, empatía y capacidad de respuesta; siguiendo el instrumento SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry.

En la Universidad Nacional Agraria de la Selva, el servicio que brindaba el comedor universitario era deficiente, hecho que se veía reflejado en las quejas presentadas por los estudiantes; ante la insatisfacción de los comensales se planteó la investigación bajo la hipótesis: Existe relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

Se realizó la contrastación de las hipótesis con el estadístico Rho de Spearman, en el resultado se obtuvo un P-valor de 0.000, por consiguiente, se rechazó la hipótesis nula

(H0) y se aceptó la hipótesis del investigador (H1), por consiguiente, existe relación entre la variable independiente calidad de servicio y la variable dependiente satisfacción.

Estos resultados coinciden con lo señalado por Parasuraman, Zeithaml y Berry con respecto a la opinión del cliente sobre la calidad de los servicios; primero: es más fácil valorar la calidad de productos tangibles que de servicios; segundo: los clientes no evalúan solo el resultado final de un servicio, sino también todo el proceso que comprende y por último que: los clientes establecen los criterios para evaluar un servicio y su calidad.

Solo los usuarios califican la calidad; las demás críticas son intrascendentes. Un servicio de calidad y el cómo es percibida se manifiesta en función de la buena prestación que realiza el proveedor, en contraste con las expectativas del usuario. (Parasuraman et al., 1993)

La hipótesis específica de la dimensión elementos tangibles mostró como resultado, que se obtuvo un P-valor = 0.000, se concluyó aceptando la hipótesis del investigador (H1) esto indica que, existe relación entre la dimensión elementos tangibles y el nivel de satisfacción de los comensales.

Los resultados en la segunda hipótesis específica de la dimensión fiabilidad, indicaron que el P-valor = $0.000 < \alpha = 0.05$, concluyendo con la aceptación de la hipótesis del investigador (H1) por lo tanto, existe relación entre fiabilidad y la satisfacción de los comensales.

La tercera hipótesis específica capacidad de respuesta, manifestó que el P-valor = $0.000 < \alpha = 0.05$, por lo tanto, se concluyó con la aceptación de la hipótesis del investigador (H1) es decir, existe relación entre la dimensión capacidad de respuesta y la satisfacción de los comensales.

En la cuarta hipótesis específica de la dimensión seguridad, los resultados conseguidos mostraron que el P-valor = $0.000 < \alpha = 0.05$, concluyendo con la aceptación

de la hipótesis del investigador (H1) es decir, existe relación entre la dimensión seguridad y la satisfacción de los comensales.

Finalmente, en la quinta hipótesis específica de la dimensión empatía, los resultados mostraron que el P-valor = $0.000 < \alpha = 0.05$, por lo que se concluyó con la aceptación de la hipótesis del investigador (H1) es decir, existe relación entre la dimensión empatía y la satisfacción de los comensales.

El resultado de la hipótesis general concuerda con la investigación de Apaza (2018) Calidad de servicio en relación a la satisfacción de los comensales del comedor universitario de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas 2017.

La finalidad primordial del estudio fue: Establecer una dependencia entre la calidad de servicio y la satisfacción de los comensales que hicieron uso del comedor universitario. El investigador concluyó con que hay relación entre la variable calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes.

Además, se encontró que Confiabilidad fue la dimensión mejor percibida por los estudiantes calificada como “buena”, del mismo modo en la presente investigación la dimensión de Fiabilidad obtuvo percepciones por encima de la media en todas las facultades de la universidad.

Por lo tanto, se puede deducir que en ambas investigaciones los encuestados consideran que se brindó el servicio prometido. Es decir, que el personal de los comedores universitarios se mostró dispuesto a resolver problemas con respecto al servicio, cumplieron con los horarios de atención, los menús de alimentos establecidos y las condiciones de los alimentos.

Agurto (2012) en su investigación: Percepción y expectativas de la satisfacción de los estudiantes del servicio que brinda el comedor universitario de la Universidad Nacional de Trujillo, 2011.

La finalidad de la investigación fue medir la calidad de la atención del servicio que ofrece el comedor universitario en relación a la satisfacción que percibieron los estudiantes y las expectativas.

El autor concluyó con que la dimensión tangible describe que el comedor universitario cuenta con una infraestructura adecuada, aspecto en el que se concuerda en la presente investigación siendo la dimensión de elementos tangibles una de las que las 8 facultades valoraron por encima de la media obteniendo una puntuación de $\bar{X}=3.3863$.

De igual modo las investigaciones coinciden en la dimensión de seguridad, el autor en su investigación declara que los estudiantes de la Universidad Nacional de Trujillo percibieron como regular o indiferente el indicador evaluado como “amabilidad del personal”, concluyendo en que el personal no se mostró atento con los comensales, de igual modo en las ocho facultades evaluadas de la Universidad Nacional Agraria de la Selva las puntuaciones respecto a la dimensión de seguridad estuvieron por debajo de la media habiendo obtenido una puntuación de $\bar{X}=2.9626$.

Igualmente coincide con la investigación de Castillo (2014) titulado: Percepciones de los estudiantes comensales sobre la calidad de servicio en relación al aspecto técnico y funcional del comedor universitario de la Universidad Nacional de Trujillo, 2013.

Donde se concluyó que los estudiantes percibieron como inadecuado el trato recibido por parte del personal del comedor, ya que solo “a veces” (28.2%) y en ocasiones “casi nunca” (21%) muestran respeto por los comensales, así mismo más de la mitad (51.6%) de los estudiantes han sido maltratados de manera psicológica o verbal.

Con respecto a la dimensión de Empatía el autor declara en los resultados de su investigación que “casi nunca” el personal mostró amabilidad (62.1%) y que las sugerencias y reclamos “casi nunca” son atendidos (47.6%).

Por otro lado, en la Universidad Nacional Agraria de la Selva; empatía mostró puntuaciones por encima de la media en siete de las facultades evaluadas, y una puntuación de $\bar{X}=2.8000$ para Ingeniería en Mecánica Eléctrica, donde los estudiantes se encontraron en desacuerdo con los ítems de la dimensión.

CONCLUSIONES

1. Se determinó que existe relación entre la variable independiente calidad de servicio y la variable dependiente el nivel de satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la U.N.A.S. mediante la prueba estadística Rho de Spearman. La correlación entre las variables fue directa positiva, calificada como débil igual a 0.399.
2. Se determinó que existe relación entre elementos tangibles y la variable dependiente satisfacción. Se obtuvo una correlación directa positiva, calificada como débil igual a 0.262.
3. Se determinó que existe relación entre fiabilidad y la variable dependiente satisfacción. Se obtuvo una correlación directa positiva, calificada como débil igual a 0.310.
4. Se determinó que existe relación entre capacidad de respuesta y la variable dependiente satisfacción. Se obtuvo una correlación directa positiva, calificada como débil igual a 0.280.
5. Se determinó que existe relación entre seguridad y la variable dependiente satisfacción. Se obtuvo una correlación directa positiva, calificada como débil igual a 0.311.
6. Finalmente, se determinó que existe relación entre empatía y la variable dependiente satisfacción. Se obtuvo una correlación directa positiva, calificada como débil igual a 0.393.

RECOMENDACIONES

1. Realizar una investigación longitudinal para poder evaluar más a fondo el progreso de cómo perciben los estudiantes la calidad de servicio que ofrece el comedor universitario, identificando las principales deficiencias y factores que impiden la mejora continua de un servicio de calidad en el comedor de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.
2. Mantener la limpieza y el orden de las instalaciones, equipos y utensilios que se utilizan en el comedor universitario; asimismo, renovar los equipos y utensilios que se encuentren en mal estado o que tengan varios años de uso.
3. Monitorear el cumplimiento de las funciones del personal del comedor universitario como, por ejemplo: la elaboración de los alimentos y bebidas, además verificar el buen trato del personal hacia los comensales, siendo participe de los reclamos y sugerencias de los estudiantes.
4. Implementar estrategias para mejorar la rapidez de atención a los comensales.
5. Contratar personal idóneo para laborar en el comedor universitario, sobre todo aquellas funciones que requieran del trato directo con los comensales, en donde se identificaron mayores deficiencias.
6. Implementar programas de capacitación constantes para el personal que brinda atención directa a los comensales en el comedor de la Universidad Nacional Agraria de la Selva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anchundia, C. (2003). *Nivel de satisfacción de los estudiantes universitarios frente a los servicios que prestan las universidades a la comunidad estudiantil*. (Tesis de pregrado). Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/28793450>
- Apaza, M. (2018) *Calidad de servicio en relación a la satisfacción de los comensales del comedor universitario de la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas 2017*. (Tesis de maestría). Recuperado de: <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/8142>
- Camisón, C. Cruz, S. Gonzáles, T. (2006) *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Recuperado de: https://www.academia.edu/33042332/Gesti%C3%B3n_de_la_calidad_Conceptos_enfoques_modelos_y_sistemas
- Cardozo M. y Fuentes D., (2011) *Calidad de servicio del comedor de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Carabobo*. Recuperado de: https://www.usfx.bo/nueva/vicerectorado/citas/TECNOLOGICAS_20/Ingenieria%20de%20Alimentos/II07.pdf
- Castillo, D. (2014). *Percepción de los estudiantes comensales sobre la calidad de servicio en relación al aspecto técnico y funcional del comedor universitario de la Universidad Nacional de Trujillo, en el año 2013*. (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://dspace.unitruedu.pe/handle/UNITRU/3233>

- Colmenares O. y Saavedra J. (2007). Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad de servicio. *Técnicas Administrativas*, 06(04), 1-18. Recuperado de: <http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm>
- Cronin, J. J. y Taylor, S. A. (1992) Measuring Service Quality: A reexamination and Extension. *Journal of Marketing* (56) 55-68. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/225083621_Measuring_Service_Quality__A_Reexamination_And_Extension
- Diario Ahora. (4 de julio del 2018). *Comedor de la UNAS totalmente insalubre*. <https://www.ahora.com.pe/comedor-de-la-unas-totalmente-insalubre/>
- Duque, O. E. (2005) Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar Journal*, 15(25), 64-80. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>
- Giraldo, C. y Manco, M. (2016) *Evaluación de la percepción de la calidad del servicio de los expendios de alimentos de ciudad universitaria de la Universidad de Antioquia*. (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10495/7351>
- Grönroos, C. (1993). A Service Quality Model and Its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*. 18(4), 36-44. doi:10.1108/EUM0000000004784.
- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Editorial Díaz de Santos. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=rKAGC6DkiVAC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Hernández S. R. (2014) Metodología de la Investigación Sexta Edición. Recuperado de:
https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Juárez F., (2016) *Percepción de los usuarios del programa comedor universitario sobre la calidad de servicio en relación al aspecto técnico y funcional de la Oficina de Servicio Social, Oficina General de Bienestar Universitario. Universidad Nacional de Trujillo, Distrito de Trujillo, Año 2014.* (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/1514>
- Kotler P., y Armstron P. (2003) *Fundamentos de Marketing.* Recuperado por:
https://books.google.com.pe/books?id=sLJXV_z8XC4C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=true
- Radio Programas del Perú. (6 de junio del 2017). *Hallan deficiencias en comedor de la Universidad Nacional San Agustín.* <https://rpp.pe/peru/arequipa/hallan-deficiencias-en-comedor-de-la-universidad-nacional-san-agustin-noticia-1055992?ref=rpp>
- Radio Santo Domingo. (25 de abril del 2019). *UNS: denuncian que en comedor universitario entregan alimentos en mal estado.* <https://radiorsd.pe/noticias/uns-denuncian-que-en-comedor-universitario-entregan-alimentos-en-mal-estado>
- Schneider, B. y Bowen, D. E. (1999) *Understanding customer delight and outrage. Sloan Management Review.* 41 (35-44) Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/299214015_Understanding_customer_delight_and_outrage
- Setó, P. D. (2004) *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente.* Recuperado por:
https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&pg=PA8&hl=es&source=gb_s_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false

Torrecilla J. M. (1999) Identificar la necesidad del cliente: Su satisfacción como centro de los objetivos de la empresa. *Economía Industrial VI* (330), 105-106. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=140162>

Zeithaml, A. V., Parasuraman A. y Berry, L. L. (1993) *Calidad total en la gestión de servicios*. Recuperado por: https://www.academia.edu/29423776/calidad_total_en_la_gestion_de_servicios

ANEXO

ANEXO 1. Instrumento de Recolección de datos

 UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA 						
<p>Buen día, la presente encuesta pretende conocer la percepción de los estudiantes con respecto a la calidad y el grado de satisfacción que obtienen sobre los servicios del comedor universitario de la Universidad Nacional Agraria de la Selva. Marque con una (X) las respuestas que crea convenientes según su percepción y satisfacción respecto al servicio.</p>						
INFORMACIÓN GENERAL:						
EDAD:			SEXO:			
FACULTAD:			ESPECIALIDAD:			
ENUNCIADOS DE PERCEPCIÓN		Muy en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Indiferente (3)	De acuerdo (4)	Muy de acuerdo (5)
1	¿Los equipos y máquinas del comedor universitario tienen la apariencia de ser modernos y limpios?					
2	¿Las instalaciones físicas del comedor universitario, son limpias, seguras y ordenadas?					
3	¿El personal del comedor universitario, cuenta con uniforme adecuado y de apariencia pulcra?					
4	¿Los materiales y utensilios del comedor universitario (charolas, tazas, etc.) son suficientes y limpios?					
5	¿El comedor universitario cumple con el menú de alimentos establecidos para cada día?					
6	Cuando usted tuvo algún problema, ¿el personal del comedor universitario muestra interés en solucionarlo?					
7	¿El personal del comedor universitario cumple con sus funciones desde la primera vez?					
8	¿El comedor universitario cumple con los horarios establecidos para su atención?					
9	¿Los alimentos que le brindan en el comedor universitario se encuentran en buenas condiciones?					
10	¿El personal del comedor universitario informa cuando no habrá atención de sus servicios y el por qué?					
11	¿El personal del comedor universitario, ofrece una atención rápida?					
12	¿El personal del comedor universitario, siempre se mostró dispuesto a ayudarle?					

13	¿El personal del comedor universitario, resuelve de manera rápida los inconvenientes que se presentan?					
14	¿El comportamiento del personal del comedor universitario, le transmite confianza?					
15	¿Usted se siente seguro con los alimentos que le brindan en el comedor universitario?					
16	¿El personal del comedor universitario es siempre amable con usted?					
17	¿El personal del comedor universitario tiene conocimientos suficientes para responder a sus inquietudes?					
18	¿El comedor universitario ofrece alimentos variados en sus menús?					
19	¿El comedor universitario tiene horarios de atención convenientes para los comensales?					
20	¿La atención en el comedor universitario es de acorde a sus necesidades?					
21	¿Usted siente que en el comedor universitario se preocupan por su alimentación adecuada?					
22	¿Usted cree que el nutricionista del comedor universitario, comprende las necesidades alimenticias de los estudiantes?					
ENUNCIADOS DE SATISFACCIÓN		Muy Insatisfecho (1)	Insatisfecho (2)	Indiferente (3)	Satisfecho (4)	Muy Satisfecho (5)
1	¿Cómo se siente usted respecto a la infraestructura y el ambiente del comedor universitario?					
2	¿Cómo se siente usted respecto al cumplimiento del servicio del comedor universitario?					
3	¿Cómo se siente usted respecto a la rapidez de atención en el comedor universitario?					
4	¿Cómo se siente usted respecto al trato del personal del comedor universitario?					
5	¿Cómo se siente usted respecto a la calidad de los alimentos que ofrece el comedor universitario?					

Anexo 2. Validación del Instrumento por el Experto 1

VALIDEZ DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

“LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN EN LOS ESTUDIANTES DEL COMEDOR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA”

Docente: Walter E. Mucha Huamán

E-Mail: Wamuhua@hotmail.com

Tabla 2. Tabla de evaluación del instrumento por juicio de experto

N°	CRITERIOS DE VALORACIÓN	PUNTAJE																			
		DEFICIENTE				BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1	Los ítems son claros y están redactados en lenguaje apropiado al grupo de estudio.																			X	
2	Los ítems permiten evaluar conductas.																				X
3	Los ítems presentan consistencia con el marco teórico.																			X	
4	Existe coherencia en la composición de ítems- indicadores- dimensiones- variables.																				X
5	La cantidad de ítems son suficientes por cada indicador.																			X	
6	El instrumento es útil para el método propuesto.																		X		
7	La organización de los ítems tienen una secuencia lógica.																		X		

OPINIÓN GLOBAL:

.....

PUNTUACIÓN PROMEDIO

90.00

FECHA: 01-08-19

DNI: 09598004

Teléfono: 945831226

FIRMA:



E-Mail: Wamuhua@hotmail.com

Anexo 3. Validación del Instrumento por el Experto 2

VALIDEZ DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

“LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN EN LOS ESTUDIANTES DEL COMEDOR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA”

Docente: Nesénka Caro Potokar

E-Mail: nesenka Caro@hotmail.com

Tabla 2. Tabla de evaluación del instrumento por juicio de experto

N°	CRITERIOS DE VALORACIÓN	PUNTAJE																								
		DEFICIENTE					BAJA					REGULAR					BUENA					MUY BUENA				
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100					
1	Los ítems son claros y están redactados en lenguaje apropiado al grupo de estudio.																			X						
2	Los ítems permiten evaluar conductas.																				X					
3	Los ítems presentan consistencia con el marco teórico.																				X					
4	Existe coherencia en la composición de ítems- indicadores- dimensiones- variables.																				X					
5	La cantidad de ítems son suficientes por cada indicador.																				X					
6	El instrumento es útil para el método propuesto.																				X					
7	La organización de los ítems tienen una secuencia lógica.																				X					

OPINIÓN GLOBAL:

.....

PUNTUACIÓN PROMEDIO

87.14

FECHA: 01-08-19

DNI : 22998139

Teléfono : 942140004

FIRMA:

[Firma manuscrita]

E-Mail :

Anexo 4. Validación del Instrumento por el Experto 3

VALIDEZ DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

"LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN EN LOS ESTUDIANTES DEL COMEDOR
UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA"

Docente: M. Sc. Adm. Carlos A. Silva Ríos

E-Mail: carlos.silva@unas.edu.pe

Tabla 2. Tabla de evaluación del instrumento por juicio de experto

N°	CRITERIOS DE VALORACIÓN	PUNTAJE																			
		DEFICIENTE					BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA		
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1	Los ítems son claros y están redactados en lenguaje apropiado al grupo de estudio.																	X			
2	Los ítems permiten evaluar conductas.																X				
3	Los ítems presentan consistencia con el marco teórico.																		X		
4	Existe coherencia en la composición de ítems- indicadores- dimensiones- variables.																X				
5	La cantidad de ítems son suficientes por cada indicador.														X						
6	El instrumento es útil para el método propuesto.																	X			
7	La organización de los ítems tienen una secuencia lógica.																		X		

OPINIÓN GLOBAL:

el instrumento es válido para su aplicación en el proceso de investigación planteado

PUNTUACIÓN PROMEDIO

85.71

FECHA: 22/08/2019

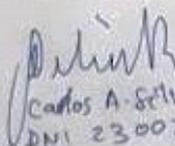
DNI

73002284

Teléfono

999442121

FIRMA:


Carlos A. Silva Ríos
DNI 23007284

E-Mail

carlosilvarios@hotmail.com

25	23	M	F.AGRO	4	2	4	4	2	2	2	4	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	1	4	4	4			
26	17	M	F.AGRO	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	4	2	2	3	3	2	4	2	3	4	4	4	3	2	3		
27	20	M	F.AGRO	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	2	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	4	5	5	5		
28	20	M	F.AGRO	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	2	3	3	4	5	4	4	2		
29	19	F	F.AGRO	2	4	4	3	2	1	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	5	
30	17	M	F.AGRO	4	3	4	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
31	18	F	F.AGRO	4	2	4	4	2	2	2	4	2	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	1	4	4	4	
32	20	F	F.AGRO	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	4	2	2	3	3	2	4	2	3	4	4	4	3	2	3	
33	18	M	F.AGRO	2	2	4	2	4	5	4	4	4	5	1	4	4	4	4	3	4	1	4	4	1	1	3	2	3	5	1	
34	20	M	F.AGRO	2	3	4	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	4	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	
35	20	M	F.AGRO	1	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	
36	19	F	F.AGRO	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	1	4	5	1	4	4
37	17	M	F.C.E.A.	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	1	2	4	5	3	3	4	4	5	4	5	4	
38	20	F	F.C.E.A.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	
39	22	M	F.C.E.A.	3	4	4	3	4	2	4	5	3	5	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	2	4	5	5	5	3	
40	24	M	F.C.E.A.	4	4	4	3	5	3	4	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	1	4	4	4	4	4	
41	18	F	F.C.E.A.	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	
42	19	F	F.C.E.A.	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
43	22	M	F.C.E.A.	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	5	4	4	
44	22	F	F.C.E.A.	4	2	3	1	2	1	1	1	1	1	4	2	2	1	2	1	2	3	4	1	2	2	1	1	2	3	2	4
45	21	F	F.C.E.A.	2	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	5	5	5
46	20	F	F.C.E.A.	2	3	3	3	2	2	4	4	3	4	3	2	2	2	3	2	3	2	4	4	2	2	2	2	1	5	5	
47	19	M	F.C.E.A.	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	2	2	4	2	3	3	4	
48	20	M	F.C.E.A.	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	5	5	5	5	
49	24	M	F.C.E.A.	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	2	3	3	3	1	2	1	1	1	4	4	4	1	1	
50	21	M	F.C.E.A.	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	
51	18	F	F.C.E.A.	2	4	4	4	5	3	4	2	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4	4	5	5	
52	26	F	F.C.E.A.	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	
53	16	M	F.C.E.A.	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	

83	18	F	F.C.E.A.	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	
84	21	M	F.C.E.A.	3	3	3	2	4	2	4	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	4	2	2	1	1	4	5
85	18	M	F.C.E.A.	2	4	2	2	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	2	2	2	3	3	2	1	1	2	5	5	5	4
86	17	M	F.C.E.A.	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	1	2	4	5	3	3	4	4	5	4	5	4
87	17	F	F.C.E.A.	1	1	4	1	1	4	4	4	1	4	4	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	1	4	5	1	5	5
88	20	M	F.CONTA	3	4	4	2	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
89	21	M	F.CONTA	4	4	4	4	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5
90	22	M	F.CONTA	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4
91	20	M	F.CONTA	1	4	4	3	4	1	3	1	3	3	2	3	1	1	5	1	1	3	4	2	1	2	4	5	2	1	4
92	18	M	F.CONTA	1	1	2	1	4	2	1	2	2	4	1	1	1	1	2	3	1	1	1	2	3	4	1	2	3	3	2
93	22	F	F.CONTA	2	1	2	2	4	3	2	4	3	4	3	3	3	2	2	2	3	4	5	3	1	2	2	2	2	4	2
94	22	F	F.CONTA	2	1	3	1	4	3	1	4	3	4	2	1	2	1	2	1	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5
95	23	M	F.CONTA	2	2	3	1	3	4	3	4	2	4	2	3	3	2	1	3	2	3	4	2	1	1	2	4	1	5	5
96	23	M	F.CONTA	2	4	4	4	2	3	2	4	4	2	4	2	3	2	2	3	2	4	3	2	3	2	5	3	3	2	4
97	26	M	F.CONTA	4	3	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	3	2
98	22	M	F.CONTA	2	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	3	4	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2	2	4	2	3
99	19	F	F.CONTA	4	2	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	5	5	5	5
100	19	F	F.CONTA	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5
101	18	F	F.CONTA	2	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5
102	17	F	F.CONTA	3	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	1	5	5
103	18	F	F.CONTA	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	5	5	5	5
104	19	F	F.CONTA	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5
105	17	F	F.CONTA	2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	1	4	4	5	5	4
106	18	F	F.CONTA	2	2	4	4	1	2	2	4	4	4	4	1	4	2	1	2	1	4	4	2	2	1	5	5	4	5	5
107	20	M	F.CONTA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	3	1	4	4	4	4	4	1	4	5	5	5	5
108	22	M	F.CONTA	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	5	2	5	5
109	17	F	F.CONTA	3	3	4	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	1
110	19	M	F.CONTA	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	3	2	2	3	2	4	2	2	2	4	4	2	2	4	2	4
111	17	F	F.CONTA	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	5	3	3	3	3	5	4	4	3

112	18	M	F.CONTA	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	
113	21	M	F.CONTA	3	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	1	4	1	2	1	4	5	4	4	3	
114	22	F	F.CONTA	3	3	4	2	4	3	3	2	2	4	1	3	2	3	1	4	3	2	2	3	2	2	4	5	4	4	5	
115	18	M	F.CONTA	3	3	4	4	3	2	3	2	2	4	4	2	3	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	5	5	5	5	
116	17	F	F.CONTA	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
117	17	F	F.CONTA	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
118	22	F	F.I.I.A.	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
119	17	M	F.I.I.A.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	5	5	4	5	
120	18	M	F.I.I.A.	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3
121	16	F	F.I.I.A.	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	1	1	1	4	4	2	2	1	5	5	1	4	4	
122	19	F	F.I.I.A.	4	4	5	3	5	5	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	
123	18	F	F.I.I.A.	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	1	1	1	2	3	
124	19	F	F.I.I.A.	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	2	3	1	4	5	5	4	5	
125	18	F	F.I.I.A.	4	4	4	2	1	3	4	4	2	4	3	4	4	4	2	4	4	2	2	2	1	1	4	5	5	5	4	
126	23	M	F.I.I.A.	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	
127	17	F	F.I.I.A.	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	
128	17	F	F.I.I.A.	3	2	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	
129	18	M	F.I.I.A.	4	4	3	3	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	5	4	5	5	5	
130	21	M	F.I.I.A.	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	
131	21	M	F.I.I.A.	2	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	2	2	5	5	5	5	5	
132	19	F	F.I.I.A.	3	2	4	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	4	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	
133	21	M	F.I.I.A.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
134	17	M	F.I.I.A.	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	2	4	4	3	2	4	3	1	2	4	5	5	5	4	
135	22	F	F.I.I.A.	3	4	4	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	5	2	4	4	2	4	4	2	1	4	5	5	5	5	
136	19	F	F.I.I.A.	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	2	5	2	
137	23	F	F.I.I.A.	4	2	4	2	4	2	3	4	2	4	4	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	5	5	5	4	4	
138	23	M	F.I.I.S.	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	5	4	5	5	
139	25	M	F.I.I.S.	2	4	1	2	4	2	2	4	4	2	4	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	5
140	22	M	F.I.I.S.	4	4	4	3	4	3	1	2	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4

141	22	F	F.I.I.S.	3	4	4	3	4	3	4	5	3	5	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	5	4	2	5	5	
142	20	F	F.I.I.S.	3	2	4	3	3	4	4	4	3	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	5	5	4	5	5		
143	23	F	F.I.I.S.	2	3	4	4	4	3	5	5	3	5	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	3	5	5	5	4		
144	26	M	F.I.I.S.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	5	5	2	5	4	
145	20	M	F.I.I.S.	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	
146	22	M	F.I.I.S.	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	2	3	3	4	2	4	3	4	4	3	3	3	2	4	5	5	4	
147	19	M	F.I.I.S.	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	
148	23	M	F.I.I.S.	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	
149	21	M	F.I.I.S.	2	2	2	2	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	1	1	5	2	3	1	5	
150	18	M	F.I.I.S.	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	2	4	3	2	3	3	5	1	5	5	5	
151	24	M	F.I.I.S.	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	5	3	5	5	5	
152	18	M	F.I.M.E.	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
153	18	M	F.I.M.E.	3	3	4	3	3	4	3	4	2	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	5	5	5	4	5	
154	17	M	F.I.M.E.	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	3	2	4	2	4	2	2	2	3	4	2	4	5	4	4	4	
155	21	M	F.I.M.E.	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3	1	2	1	4	5	4	5	5	
156	20	M	F.I.M.E.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
157	19	F	F.I.M.E.	1	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	1	3	3	4	3	1	2	1	4	2	1	2	5	
158	22	M	F.I.M.E.	3	4	4	3	4	2	2	3	3	4	2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	4	
159	22	M	F.I.M.E.	3	1	1	1	4	1	3	4	3	4	3	1	3	3	3	3	1	4	3	4	3	1	4	5	5	5	5	
160	22	M	F.I.M.E.	2	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	4	4	4	3	
161	21	M	F.I.M.E.	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	
162	25	F	F.R.N.R.	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	1	1	2	2	1	2	2	
163	24	M	F.R.N.R.	2	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	4	1	2	5	
164	25	M	F.R.N.R.	2	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	1	4	5	5	5	4	
165	18	F	F.R.N.R.	3	3	3	2	4	2	4	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	4	2	2	1	1	4	5	
166	16	F	F.R.N.R.	2	4	2	2	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	2	2	2	3	3	2	1	1	2	5	5	5	4	
167	17	M	F.R.N.R.	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	5	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	
168	17	M	F.R.N.R.	3	3	3	2	3	2	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
169	19	M	F.R.N.R.	3	3	3	2	3	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5

170	18	M	F.R.N.R.	2	4	5	4	4	1	5	5	4	4	2	1	2	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
171	23	M	F.R.N.R.	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	3	2	2	4	2	5	5	5	
172	19	M	F.R.N.R.	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	
173	21	M	F.R.N.R.	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	5	5	2	5	5		
174	20	M	F.R.N.R.	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	2	4	4	2	3	2	4	4	2	2	4	2	3	
175	19	M	F.R.N.R.	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	2	5	5	
176	21	M	F.R.N.R.	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	
177	23	M	F.R.N.R.	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	
178	23	M	F.R.N.R.	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2	2	1	4	4	4	4	5	2	5	1	4	4	3	
179	23	M	F.R.N.R.	2	2	3	1	4	2	2	2	3	4	3	2	3	3	1	2	3	4	4	4	2	3	4	5	4	4	5	
180	19	M	F.R.N.R.	2	2	1	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	5	3	4	2	5	5	4	5	5	
181	20	M	F.R.N.R.	3	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	5	4	5	4	
182	22	F	F.R.N.R.	2	4	4	2	4	4	5	5	1	5	2	4	4	2	1	4	3	2	5	5	1	1	4	5	5	5	5	
183	19	F	F.R.N.R.	2	2	4	1	2	3	2	4	4	4	2	4	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	2	4	1	4	
184	17	M	F.R.N.R.	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	
185	17	M	F.R.N.R.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	
186	21	F	F.R.N.R.	2	2	4	2	4	5	4	4	4	5	1	4	4	4	4	3	4	1	4	4	1	1	3	2	3	5	1	
187	18	F	F.R.N.R.	2	3	4	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	4	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	
188	23	M	F.R.N.R.	1	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	
189	27	M	F.R.N.R.	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	1	4	5	1	4	4
190	17	M	F.R.N.R.	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
191	21	F	F.R.N.R.	3	2	4	2	1	4	4	5	2	3	2	4	4	4	2	4	4	1	3	1	1	1	3	5	4	4	5	
192	19	F	F.R.N.R.	2	1	2	1	2	2	2	3	1	2	3	3	2	2	1	1	2	1	2	3	3	2	5	5	4	4	5	
193	19	F	F.R.N.R.	2	1	2	1	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	4	3	3	4	3	
194	24	M	F.R.N.R.	4	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3	2	4	3	2	4	3	3	3	3	4	2	2	2	
195	21	F	F.R.N.R.	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2	3	3	
196	20	F	F.R.N.R.	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	5	5	5	
197	22	F	F.R.N.R.	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
198	21	F	F.R.N.R.	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	5	3	5	5	

228	20	M	F.R.N.R.	4	4	5	4	5	2	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	1	4	5	1	5	5	
229	20	F	F.R.N.R.	3	3	4	3	3	3	4	1	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	4	5	5	5	5	
230	21	M	F.R.N.R.	4	3	4	5	3	4	3	4	1	2	2	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	1	3	4	2	
231	21	M	F.R.N.R.	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
232	25	F	F.R.N.R.	1	4	4	4	5	4	2	2	3	4	2	2	2	2	1	2	2	3	3	1	1	1	4	5	4	5	5	
233	23	M	F.R.N.R.	1	3	3	1	3	1	3	2	3	2	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	5	5	5	5	
234	17	F	F.R.N.R.	2	4	4	4	1	1	2	1	1	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	
235	19	M	F.R.N.R.	2	2	4	2	4	2	4	4	3	3	4	2	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	5	4	5	5	
236	22	F	F.R.N.R.	1	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	1	3	3	2	3	2	3	2	4	4	5	5	5	
237	21	M	F.R.N.R.	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	
238	26	M	F.R.N.R.	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4
239	21	M	F.R.N.R.	3	2	4	2	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	2	3	2	2	4	2	2	4	3	3	2	4	2	
240	22	F	F.R.N.R.	4	4	2	4	3	3	3	5	4	5	3	4	4	3	2	2	3	3	3	4	2	2	3	5	5	5	5	
241	19	M	F.R.N.R.	3	2	4	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	
242	19	F	F.R.N.R.	3	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	2	2	1	2	1	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	4	
243	22	F	F.R.N.R.	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	
244	19	M	F.R.N.R.	2	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	
245	22	M	F.R.N.R.	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	2	2	3	2	4	4	4	4	4	2	2	3	4	5	5	4	4
246	19	M	F.R.N.R.	1	1	2	1	1	4	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	
247	19	M	F.R.N.R.	3	2	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	5	4	5	4	
248	30	M	F.R.N.R.	2	2	4	3	4	1	4	5	2	5	5	3	1	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	1	3	
249	22	F	F.R.N.R.	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	5	5	4	5	5	
250	20	M	F.R.N.R.	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	5	5	
251	22	F	F.R.N.R.	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	1	5	5
252	23	M	F.R.N.R.	4	3	4	2	2	4	4	4	2	4	2	4	2	2	2	3	4	2	4	2	2	2	2	4	4	4	5	
253	25	M	F.R.N.R.	4	4	4	3	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
254	35	M	F.R.N.R.	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	
255	18	M	F.ZOOT.	4	3	5	5	4	3	3	5	3	5	5	4	4	4	2	3	3	2	2	2	4	2	4	3	2	1	5	
256	18	F	F.ZOOT.	4	3	3	2	2	5	3	2	4	3	5	2	3	3	3	4	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	

257	19	F	F.ZOOT.	1	1	4	2	4	1	4	4	2	4	4	1	1	1	4	1	1	4	4	1	1	1	5	1	5	5	3	
258	17	M	F.ZOOT.	5	2	4	3	2	1	2	2	2	1	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
259	19	M	F.ZOOT.	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	5	
260	20	F	F.ZOOT.	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	2	2	4	4	4	2	4	
261	24	F	F.ZOOT.	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	3	4	3	3	4	3	3	4	5	2	5	5	5	
262	21	M	F.ZOOT.	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	
263	17	F	F.ZOOT.	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	4	4	3	3	4	2	5	5	5	5	
264	18	M	F.ZOOT.	2	3	4	2	5	4	2	4	2	1	3	2	1	3	2	4	3	4	5	4	1	4	4	5	2	4	5	
265	20	M	F.ZOOT.	3	4	5	3	4	1	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	5	4	5	
266	23	F	F.ZOOT.	4	4	4	3	4	1	3	4	4	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5	
267	22	M	F.ZOOT.	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	2	4	2	4	2	4	3	2	2	2	4	4	4	3	3	
268	24	F	F.ZOOT.	3	3	3	4	4	2	1	4	1	4	3	2	1	1	1	1	2	5	5	1	1	1	4	4	4	2	2	
269	19	M	F.ZOOT.	2	4	4	1	2	3	2	4	2	4	2	3	4	3	2	3	2	3	4	4	2	1	4	5	2	5	5	
270	19	F	F.ZOOT.	1	1	2	2	1	2	3	3	2	4	3	2	2	1	4	4	2	4	4	4	4	1	4	2	1	5	1	
271	19	M	F.ZOOT.	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	3	2	3	3	2	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	5	5	
272	22	M	F.ZOOT.	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
273	18	F	F.ZOOT.	1	1	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	3	2	5	5	2	5	3	