



DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2234

La gestión pública y la calidad de servicio en la Universidad Tecnológica de los Andes, 2022

Autor principal

Rosa Marina Vera Teves

roussve_30@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-6401-416X>

Universidad Cesar Vallejo

Coautores

Edward Flores

eflores5000@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8972-5494>

Universidad Cesar Vallejo

Jorge Sierra Poccorimay

jorges_p_15@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2754-086X>

Universidad Tecnológica de los Andes

San Juan Lurigancho, Lima – Perú

RESUMEN

En la presente investigación titulada “La gestión pública y la calidad de servicio en la Universidad Tecnológica de los Andes, 2022”, tuvo como objetivo Determinar cómo la gestión pública influye en la calidad de servicio en la Universidad Tecnológica de los Andes, 2022, investigación descriptiva con una muestra 208 alumnos, se concluye que la adopción de un sistema de gestión pública es una decisión estratégica de una organización que puede ayudar a mejorar su desempeño general y brindar una base sólida para el programa de calidad del servicio de la Universidad y a Universidad está orientada a la calidad y promueve una cultura de comportamientos, actitudes, actividades y procesos que generan valor al satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y otras partes interesadas relevantes, asegurando así que la gestión contribuya a la calidad del servicio.

Palabras claves: *gestión; publica; calidad; servicio; empatía.*

Correspondencia: roussve_30@hotmail.com

Artículo recibido: 20 abril 2022. Aceptado para publicación: 05 mayo 2022.

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Como citar: Vera Teves, R. M., Flores, E., & Sierra Poccorimay, J. (2022). La gestión pública y la calidad de servicio en la Universidad Tecnológica de los Andes, 2022. *Científica Multidisciplinar*, 6(3), página inicio-página final. DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2234

Public management and quality of service at the Technological University of the Andes, 2022

ABSTRACT

In this research entitled "Public management and service quality at the Universidad Tecnológica de los Andes, 2022", the objective was to determine how public management influences the quality of service at the Universidad Tecnológica de los Andes, 2022, descriptive research with a sample of 208 students, it is concluded that the adoption of a public management system is a strategic decision of an organization that can help improve its overall performance and provide a solid foundation for the University's service quality program and the University is quality oriented and promotes a culture of behaviors, attitudes, activities and processes that generate value by meeting the needs and expectations of customers and other relevant stakeholders, thus ensuring that management contributes to service quality.

Key words: management; public; quality; service; empathy.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, América Latina no es ajena a los problemas de mala conducta en las instituciones universitarias que generan incumplimiento e incomodidad entre las poblaciones estudiantiles y tienen un impacto en el comportamiento que genera incomodidad y poca aceptación de los estudiantes. Las autoridades, los ciudadanos como actores en las agencias evaluadoras, deberían tener un mayor interés en solucionar el problema.

En la última fase de la década de los ochenta, debido a la crisis económica de la época, se intensificó el análisis de la calidad de los servicios que brindaban las universidades de América Latina y el Caribe. En este contexto, se discute la pertinencia y baja calidad de los servicios socialmente apropiados (Seibold, 2017).

Y en la actualidad, la evaluación juega un papel fundamental, desde un enfoque integrado de adquisiciones y expectativas, hasta la incorporación de los estudiantes a la toma de decisiones. Por lo tanto, no se puede hablar de calidad sin evaluación, ni se puede hablar de evaluación si no es para mejorar la calidad de la educación y de los servicios que se brindan (Vargas, 2018)

Por otro lado, el gobierno busca constantemente soluciones a través de una serie de procesos para modernizar la administración de las instituciones universitarias. Por el momento, es claro que el malestar que existe entre los ciudadanos y sus autoridades a nivel nacional, debido a varios escenarios posibles, se puede entender mejor en un entorno más cercano (por ejemplo, el gobierno local).

Dado el impulso del Estado por mejorar la calidad de los servicios en las instituciones universitarias, ha dictado normas tendientes a regular, simplificar y mejorar la calidad de los servicios privados, pero este cambio aún no es perceptible para la población.

Desde hace varios años, el estado viene impulsando y participando activamente en eventos y seminarios internacionales relacionados con el mejoramiento de la calidad de los servicios, uno de los cuales es este: En los últimos años se han logrado avances significativos en la modernización del país, siendo los más importantes de los cuales podemos mencionar Proceso de descentralización, simplificación administrativa, mayor transparencia y asignación presupuestaria bajo lógica presupuestaria por resultados. Sin embargo, aún no se ha logrado un estado que actúe de manera clara y efectiva. Es por

esto que los ciudadanos aún no sienten que el Estado esté presente, y aunque lo esté, no les brindará servicios de calidad. (Lorner, 2018).

Si bien estas mejoras se están regulando e implementando en las entidades de gestión universitaria, el nivel de conocimiento de los ciudadanos sobre las medidas implementadas es más bien escaso ya que la calidad de los servicios que se les brinda continúa mejorando.

La estructura universitaria actual es muy diferente a la estructura universitaria tradicional debido a la expansión de sus servicios educativos en diferentes regiones y campos de la educación. Esta tendencia está obligando a las administraciones universitarias a repensar sus modelos de gestión y estructurar su trabajo con estructuras administrativas actualizadas acordes con las necesidades emergentes de las sociedades del conocimiento complejas. Estos desafíos incluyen el proceso de acreditación, fortalecer la internacionalización de la educación, permitir la movilidad académica de estudiantes y docentes, el desarrollo de programas de posgrado, la mejora de la calidad docente, la formación de recursos humanos avanzados y valores en todos los ámbitos. (Garbanzo y Romero, 2018)

En el Perú, muchas entidades universitarias a nivel nacional, regional o local aún no logran brindar servicios de calidad a sus estudiantes debido a que los servicios que brindan se brindan de manera inadecuada e ineficiente, ocasionando malestar a su personal y estudiantes que no reciben el servicio esperado. Para muchos estudiantes resulta engorroso realizar trámites en entidades universitarias para obtener servicios por factores como demoras e insuficiente atención, y en este sentido, las organizaciones.

Por eso, para avanzar hacia la modernidad, la competitividad y superar las brechas de desigualdad y exclusión, necesitamos una gobernanza efectiva, y por eso necesitamos instituciones públicas que no perpetúen los modelos burocráticos tradicionales, la escasez de recursos, los déficits y el mal funcionamiento de las instituciones públicas. Los ciudadanos exigen constantemente Mejora de la calidad de atención en las instituciones públicas. Son exigentes a la hora de reclamar sus derechos y demandan mayor calidad en el servicio, buen trato y cumplimiento oportuno de sus demandas. Es un nuevo tipo de usuario que no permite trámites y servicios en la forma determinada por la institución. Reposicionar la administración pública, construir una sociedad inclusiva en un estado

democrático, descentralizar el poder y apostar por servicios eficientes y eficaces a los ciudadanos es el propósito de la modernización de la nación (Vergara, 2019)

La relevancia de una universidad en la sociedad está directamente relacionada con las expectativas de los usuarios y la sociedad de la universidad, es por ello que una institución universitaria no solo debe estudiar su función e impacto, sino también considerar sus recursos de calidad humana, en especial los de su personal administrativo y administrativo. profesorado (Castañeda y Vásquez, 2016).

Hoy en día es bien sabido que es muy importante brindar un servicio de calidad ya que esto ayuda a que toda institución u organización sea más productiva a corto, mediano o largo plazo. La satisfacción puede pensarse como una evaluación subjetiva, susceptible de cambios que dependen de muchos factores, mientras que la calidad del servicio puede pensarse como una evaluación más objetiva, es decir, la evaluación es más estable en el tiempo (Lostanau, 2018).

Tanto las expectativas como el rendimiento percibido son factores clave que influyen en los usuarios (Vergara, 2019). Así lo demuestra el estudio realizado por Saavedra (2019), en el cual evaluó la calidad de la gestión y el servicio institucional en la Oficina Administrativa de la Universidad Nacional Superior de Federico Villarreal, donde estimó que el 42,42% calificó el servicio como de mala calidad Calidad, frente al 21,21% que calificó la calidad del servicio como buena. Álvarez (2012) realizó una encuesta similar de satisfacción de clientes y usuarios con los servicios prestados por la Universidad Católica de Caracas, Venezuela, red de supermercados del gobierno, y encontró que los clientes estaban insatisfechos con los servicios prestados y sus expectativas.

Por ello, la administración pública debe guiarse por procesos claramente definidos, incluyendo la agilización de sus procedimientos y la actualización de su infraestructura técnica, el rediseño de su organización, planificación y toma de decisiones con base en información válida y confiable para atender las necesidades de la ciudadanía. Usuarios, con un portal institucional y transparente que facilite y oriente a los ciudadanos y atienda de manera efectiva las necesidades, solicitudes, quejas, reclamos y quejas de los usuarios. En cuanto a las nuevas tendencias en administración o gestión eficaz, se refiere a la búsqueda constante de herramientas, métodos, técnicas y estrategias para hacer más eficientes los procesos administrativos y utilizar correctamente los recursos en cualquiera

de sus cuatro fases, en vísperas de resultados satisfactorios, favoreciendo su persistencia y posicionamiento en las mejores instituciones (Saavedra, 2019)

Por la calidad de la administración, la Universidad de Ciencia y Tecnología de los Andes se ha esforzado por mejorar la calidad del servicio a los usuarios. Esto se debe a que la satisfacción del usuario es fundamental. Este indicador de satisfacción de los usuarios en los programas de posgrado es importante como retroalimentación de las acciones realizadas. Los usuarios demandan servicios más eficientes y efectivos a través de la innovación y mejoras administrativas significativas, por lo que la administración de las instituciones públicas necesita estar alineada con metas y objetivos que beneficien a la población necesitada, de modo que se logre servicios más eficientes y efectivos para lograr un alto grado de servicio satisfecho (Pérez, 2018).

Como resultado de esta situación, las escuelas individuales requieren un análisis de la administración pública y la calidad del servicio percibida por los estudiantes, y por lo tanto recibirán una evaluación de la calidad del servicio, aunque como resultado de la intangibilidad de un tema de servicio incomprensible, y con producción y Recibe temas relevantes, sin embargo, la mayoría de las experiencias son consistentes en conceptualizarlos en términos de grado y dirección, a partir de las diferencias entre las expectativas y percepciones de los clientes, en términos de calidad del servicio brindado y administración.

En conjunto, todas las universidades necesitan procesos de calidad académico-administrativa basados en los Fundamentos de la Calidad Total que traten a las personas como conceptos de capital, sustentados en la docencia, la honestidad, la ética, la eficiencia, la responsabilidad y la eficacia.

Es así que se formula la siguiente interrogante: ¿Cómo la gestión pública influye en la calidad de servicio en la Universidad Tecnológica de los Andes, 2022?

Se justifica La realización de la investigación de manera teórica permite comprender la amplitud de conocimiento y gestión de la temática involucrada, así como una comprensión objetiva de los efectos que existen entre la gestión pública y la calidad del servicio en la muestra de investigación. Asimismo, se valoran las aportaciones basadas en fundamentos teóricos y metodológicos. También se ha comprobado su eficacia como contribución a la mejora de la calidad de los servicios que presta la entidad universitaria.

Esto es razonable en la práctica porque beneficia a los administradores de la Universidad Andina de Ciencia y Tecnología al brindarles a los funcionarios información relevante para evaluar y determinar el panorama real de la calidad y satisfacción de los servicios que brinda la entidad a los estudiantes universitarios. Públicamente, los resultados obtenidos brindan evidencia del desempeño del servicio y cómo se relacionan estas variables. Asimismo, esta encuesta brinda recomendaciones para considerar mejorar la calidad del servicio para desarrollar estrategias que puedan contribuir a la satisfacción de los gerentes.

Se justifica metodológicamente Por estar sustentado en instrumentos, métodos, técnicas y procedimientos, una vez demostrada su validez y confiabilidad, pueden ser utilizados en estudios de similares características. Esta encuesta destaca dos aspectos que están íntimamente relacionados con la realización de actividades y servicios públicos a la sociedad, la calidad del servicio y la satisfacción del personal directivo. Los resultados obtenidos tras la evaluación permitirán actuar en interés de los administradores y de la propia Universidad.

De esta manera el objetivo general es el siguiente: Determinar cómo la gestión pública influye en la calidad de servicio en la Universidad Tecnológica de los Andes, 2022

Siendo los objetivos específicos los siguientes: Identificar cómo la gestión pública influye en los elementos tangibles en la Universidad Tecnológica de los Andes, 2022

Analizar cómo la gestión pública influye en la fiabilidad en la Universidad Tecnológica de los Andes, 2022

Verificar cómo la gestión pública influye en la capacidad de respuesta en la Universidad Tecnológica de los Andes, 2022

Explicar cómo la gestión pública influye en la seguridad en la Universidad Tecnológica de los Andes, 2022

Establecer cómo la gestión pública influye en la empatía en la Universidad Tecnológica de los Andes, 2022

De esta manera se definen las variables de estudio: Como tendencia en los países desarrollados a principios de la década de 1970, la gestión pública busca reemplazar la forma tradicional de organizar y prestar servicios públicos basada en los principios de jerarquía burocrática, centralización, planificación y control directo. Esta se basa en la

racionalidad económica que busca la eficiencia y la eficacia, es decir, pretende incorporar métodos de gestión a la administración pública (García y García, 2017).

La nueva administración pública pretende crear una administración eficiente y eficaz encaminada a solucionar los problemas reales de los ciudadanos, esto se logra introduciendo mecanismos que permitan a los usuarios elegir, además de añadir una mayor calidad de los servicios públicos, sin olvidarse de los sistemas de control. y hacer que todos los procesos, planes y resultados sean transparentes y propicios para la participación ciudadana (García y García, 2017).

Como puede verse en los conceptos anteriores, la NGP se inspira en la transformación de las empresas, pero integra las características de toma de decisiones, rendición de cuentas, interés público, etc., del sector público; nuevamente, el objetivo es convertirse en un organismo eficiente y eficaz. organismo administrativo que prioriza la satisfacción de la demanda ciudadana. También cabe señalar que desde 2008 la gestión pública de mi país ha entrado en un proceso de modernización, teniendo como modelo la gestión por resultados.

Además, a diferencia de los modelos burocráticos tradicionales, este nuevo enfoque prioriza el resultado que desea lograr y luego determina la mejor combinación de insumos, actividades y productos a lograr (García y García, 2017).

Del mismo modo, cuando señala que la gestión por resultados está centrada en el ciudadano y responde a las necesidades básicas de los ciudadanos, busca sustituir el modelo burocrático tradicional por una gestión más eficiente y eficaz, aumentando así el valor de las instituciones públicas. Retribuir a la sociedad a través de la mejora continua en la entrega de productos, lo que resulta en un cambio real en las condiciones de vida de los ciudadanos.

Como ya mencionaron los autores anteriores, la gestión por resultados busca un cambio sustancial porque es exactamente lo contrario del modelo burocrático tradicional. No olvidemos que el modelo pone primero la entrada, la ejecución de actividades, reglas, etc. Es decir, con este nuevo enfoque parte de definir los resultados a alcanzar, y con base en ello, enfoca todos sus mecanismos en la búsqueda de esos fines, con un enfoque de ciudadanía y de satisfacción de necesidades que él cree que están más allá. desarrollo. Como dimensión de la gestión pública, dimensión de planificación por resultados o formulación de estrategias. Afirmaron que "esta es una herramienta que utiliza el

gobierno para determinar el rumbo o destino del país" Consideran que es necesario analizar la situación socioeconómica del país a través de encuestas estadísticas, lo cual está relacionado con los objetivos del país. El actual gobierno, esto nos ha llevado a analizar las diversas propuestas disponibles para lograr nuestros objetivos y seleccionar las que creemos son las más exitosas y efectivas. Este pilar o dimensión consta de tres características: estratégica, operativa y participativa (García y García, 2017)

La presupuestación por resultados, o la dimensión de gestión por resultados, es un nuevo enfoque de la presupuestación pública en el que los recursos públicos se asignan, ejecutan y evalúan en función de cambios específicos que deben lograrse para mejorar el bienestar de las personas. , mientras que el presupuesto por resultados proporciona recursos a las entidades para que puedan utilizarlos en insumos para producir la cantidad de producto ya prevista; al mismo tiempo, esto producirá ciertos resultados en la sociedad, al darnos más información sobre las entidades públicas lo que es realizado, quién produce estos bienes, la cantidad producida, el resultado que se cree obtener y el costo de lograr dicho resultado. (García y García, 2017)

La dimensión de gestión financiera pública es el conjunto de elementos administrativos de una organización pública que posibilitan el acceso a los recursos ya través de los cuales se lograrán las metas y objetivos establecidos por el sector público. La gestión de las finanzas públicas consta de tres aspectos interrelacionados: la gestión financiera, los sistemas de adquisiciones y la auditoría interna y externa. En la gestión financiera, sus componentes deben estar interconectados y coherentes entre sí, algunos de los cuales son la presupuestación, la contabilidad, la gestión de la deuda y la gestión de caja, y deben funcionar en combinación, de lo contrario, la información se fragmentará y duplicará, y en la planificación y la presupuestación. se dificultará el uso de datos en procesos administrativos y las transacciones fiscales no serán claras; facilidad,, por lo tanto, los actos de corrupción, disminución en la capacidad de gestión y una rendición de cuentas limitada. (García y García, 2017)

En cuanto a la calidad de servicio, en cuanto a su definición, ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, desde el concepto básico de prestación de un servicio, pasando por numerosos estudios e investigaciones, hasta conceptos más complejos propuestos por teóricos e investigadores. En este estudio se consideraron las siguientes definiciones teóricas:

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) definieron la calidad de los servicios como; “la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus perspectivas” (p. 25).

Stanton, et., al., (2018) Afirmación: La calidad del servicio tiene dos atributos que quienes brindan el servicio deben comprender para distinguirlo de los demás, primero, la calidad la definen los clientes, no los productores y vendedores; segundo, los clientes colocando sus expectativas Compare la calidad del servicio con sus percepciones de cómo se entrega el servicio.

No existe una definición específica de calidad en términos de servicio, porque es el consumidor quien determina qué es calidad. De las definiciones anteriores se puede inferir que una cosa es consistente con lo que dicen los teóricos que estudian la calidad del servicio, creen que la calidad del servicio la define el cliente, no el proveedor del servicio (Cobra, 2017).

Por otro lado, la capacidad de dar respuesta a las necesidades y expectativas de los clientes a través del precio se mide por su satisfacción (Cuatrecasas, 2017).

De la misma manera, Vargas y Aldana (2014) Defina la calidad del servicio como una serie de actividades diseñadas para construir procesos que mejoren las necesidades, deseos y expectativas de quienes los necesitan (p. 84). Por lo tanto, se debe tener en cuenta que medir la calidad del servicio es complejo porque las personas tienen diferentes criterios al momento de evaluar un servicio y asignan diferentes niveles de importancia en las diferentes etapas del servicio. Considerando también que los servicios que brindan las entidades públicas pueden ser poco frecuentes por su naturaleza y características, y mucho menos opcionales para las empresas, se debe considerar de antemano que sus expectativas pueden ser altas en comparación con sus percepciones, tal como se muestra en los Antecedentes que sustentan este estudio.

Perspectiva del cliente La impresión más vívida del servicio se produce durante los encuentros de servicio o los momentos críticos, cuando los clientes interactúan con la empresa de servicios. Por lo tanto, es importante promover una cultura organizacional en la institución, cuyos miembros y funcionarios se comprometan a comprender y satisfacer las necesidades y requerimientos de los usuarios, ya que son la razón de ser de la institución (Zeithaml y Bitner, 2015)

Características de la calidad de servicio, Este estudio acepta lo planteado por Zeithaml, Parasuraman y Berry en cuanto a las características de los servicios, según su enfoque, los servicios tienen sus características inherentes y, por su naturaleza, son intangibles, heterogéneos e indivisibles, por lo que es necesario conocer este método.

De esta forma, los servicios son básicamente procesos intangibles, experimentados subjetivamente, en los que se desarrollan simultáneamente actividades de producción y consumo. Las interacciones que se producen afectan a una serie de momentos críticos entre el usuario y el proveedor del servicio. Lo que sucede en estas interacciones tiene un impacto fundamental en el servicio de percepción. Las principales características de un servicio permiten comprender aspectos que luego serán evaluados por los usuarios y ayudan a comprender cómo los perciben, lo que permite a las entidades comprender las necesidades de sus usuarios y luego determinar la calidad del servicio que se debe brindar se basa fundamentalmente en la percepción del usuario (Grönross, 2018)

A continuación, se detallan las características de los servicios:

Intangibilidad: Dado que un servicio consiste en un conjunto de acciones, es difícil que los administradores lo evalúen, y la calidad de muchos servicios no se puede verificar antes de aceptar el servicio ofrecido, lo que dependerá de quién lo produzca y lo brinde. La invisibilidad es una de las características más importantes de los servicios porque no se pueden tocar, ver o sentir.

Heterogeneidad: Es otra característica importante del servicio, que no es más que la percepción del servicio prestado por la interacción interpersonal influenciada por la personalidad del usuario, incluyendo el resultado del estado psicológico del prestador del servicio. Por lo tanto, es poco probable que obtenga el mismo servicio que otro, y ninguna organización o entidad puede asegurar a sus usuarios que la calidad del servicio es la misma. (Parasuraman, et., al., 1985) señalaron que la heterogeneidad se refiere a la alta variabilidad potencial en el desempeño del servicio.

Inseparabilidad: El propósito de producción y el comportamiento de consumo de la mayoría de los servicios son inseparables, son inseparables porque está inmerso en el proceso y comportamiento, en las expectativas del usuario y en la intención de quien presta el servicio de satisfacer.

Es por ello que se puede decir que las características del servicio antes mencionado son intangibles, no se pueden tocar, ver o sentir, por lo que el usuario solo puede verificar su

calidad después de recibir el servicio. Los resultados de la prestación de un servicio pueden ser variables, lo que dificulta garantizar una calidad uniforme y, en ocasiones, una entidad cree que el servicio que está prestando puede ser muy diferente de lo que el usuario percibe. Son inseparables porque los servicios se realizan simultáneamente, la producción y el consumo no se pueden separar, y suele haber interacción entre los usuarios y quienes prestan los servicios, lo que afecta en gran medida la calidad y evaluación de los servicios.

Dimensiones de la variable calidad de servicio, Las variables de calidad del servicio para este estudio se basan en los componentes propuestos por sus creadores, Parasuraman, Zeithaml y Berry, Modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio. El modelo es el resultado de una encuesta continua realizada por sus autores, que concluyó identificando las dimensiones de la calidad del servicio en cinco componentes, los cuales han sido considerados y ajustados en este estudio para una medición consistente a lo largo de sus cinco dimensiones; elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. La siguiente es una introducción detallada

Dimensión 1. Elementos tangibles. Zeithaml y otros (1993) "Aspecto de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación".) está determinada por las propiedades físicas y materiales percibidas por el consumidor y las características funcionales y estéticas del producto. La composición física, los estándares técnicos y la estética y el diseño son algunos de los aspectos tangibles clave que los especialistas en marketing creen que diferencian sus productos de los de sus competidores. (Mollá, et., al., 2019)

Dimensión 2. Fiabilidad. Zeithaml et al., (1993) La capacidad de realizar los servicios prometidos de manera confiable y prudente (p. 29). Considerando nuestra capacidad para entregar el servicio prometido de manera confiable, segura y discreta. Incluye la puntualidad y todos los elementos que hacen que los clientes sean conscientes de su nivel de formación y experiencia. Los clientes lo juzgarán a usted y a su organización cuando evalúen su credibilidad. Confiabilidad significa entregar el servicio desde el principio (Cottle, 2018)

Dimensión 3. Capacidad de Respuesta. Zeithaml et al., (1993) disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proveerlos de un servicio rápido (p. 29). Es la actitud que se muestra para ayudar a sus clientes y para suministrar un servicio rápido. La capacidad de

respuesta como la fiabilidad, también incluye el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos. Accesibilidad es también parte de la capacidad de respuesta; se define a la posibilidad que tienen sus clientes de entrar en contacto con usted y la facilidad con que puede lograrlo, significa que sea fácil entrar en contacto con la organización.

Dimensión 4. Seguridad Zeithaml et al., (1993) conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza (p. 29). Representa la sensación del cliente de que su problema se manejó correctamente. Incluye el conocimiento y la actitud de cuidado que proyectas como persona, y la capacidad que tienes para generar seguridad y confianza. La seguridad también significa confiabilidad, que a su vez incluye integridad, confianza y honestidad.

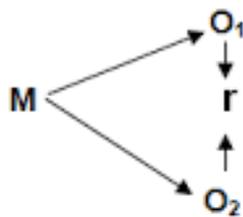
Dimensión 5: Empatía Zeithaml et al., (1993) atención personalizada que ofrecen las empresas a sus consumidores (p. 30). En este sentido, la voluntad de brindar a los clientes una atención esmerada y personalizada. Va más allá de la simple cortesía, aunque la cortesía es tanto parte de la empatía como parte de la seguridad.

II. METODOLOGÍA

Este trabajo tiene un diseño cuantitativo y un análisis de correlación descriptivo. En este sentido, los sujetos que participan en el estudio pueden ser asignados aleatoriamente a grupos y en ocasiones a un grupo de control (Hernández y Mendoza, 2018).

El presente análisis se desarrolla en la provincia de Abancay, especialmente en la Universidad Tecnológica de los Andes, el proceso es en una sola etapa, el objetivo es indagar que tan bien conocen las variables de estudio y como están ayudaran a la Institución.

El grupo considerado para este estudio estuvo conformado por 450 alumnos de diversas facultades del Universidad Tecnológica de los Andes. Debido al concepto de comunidades participantes, el muestreo utilizado es intencionalmente no probabilístico y conveniente. El número total es de 208 alumnos de diversas facultades del Universidad Tecnológica de los Andes. La técnica utilizada para este estudio fue: cuestionario basado en cada variable. El diseño del estudio se puede resumir de la siguiente manera.:



Donde

M: Muestra

O1: Observación de la variable 1

O2: Observación de la variable 2

R: Correlación entre dichas variables

Para la recolección de datos, previa autorización correspondiente, se aplicaron herramientas relacionadas con la gestión pública y la calidad de servicio. La gestión pública consta de 30 ítems y la variable calidad de servicio cuenta con 18 ítems, estos cuestionarios tienen cinco posibles valores de respuesta según la escala de Likert.

Validez y confiabilidad del instrumento A partir de los datos estadísticos se efectuó el análisis de confiabilidad, utilizando el estadístico Alfa de Cronbach, con los resultados siguientes para las dos variables:

Tabla 1

Estadísticos de fiabilidad – La gestión publica

El cuestionario fue aplicado a 40 alumnos de diversas facultades del Universidad Tecnológica de los Andes, 2020, - Perú el cuestionario en mención consta de 30 ítems, se analizó los datos en el software estadístico SPSS, los resultados se muestran a continuación:

Alfa de cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,845	,873	30

Cuando se analizaron los datos, el resultado a nivel global de Alfa de Cronbach, cuyo valor es de 0.845 indica que el instrumento tiene una confiabilidad alta, por lo que se puede aplicar.

Tabla 2

Estadísticos de fiabilidad – Calidad de servicio

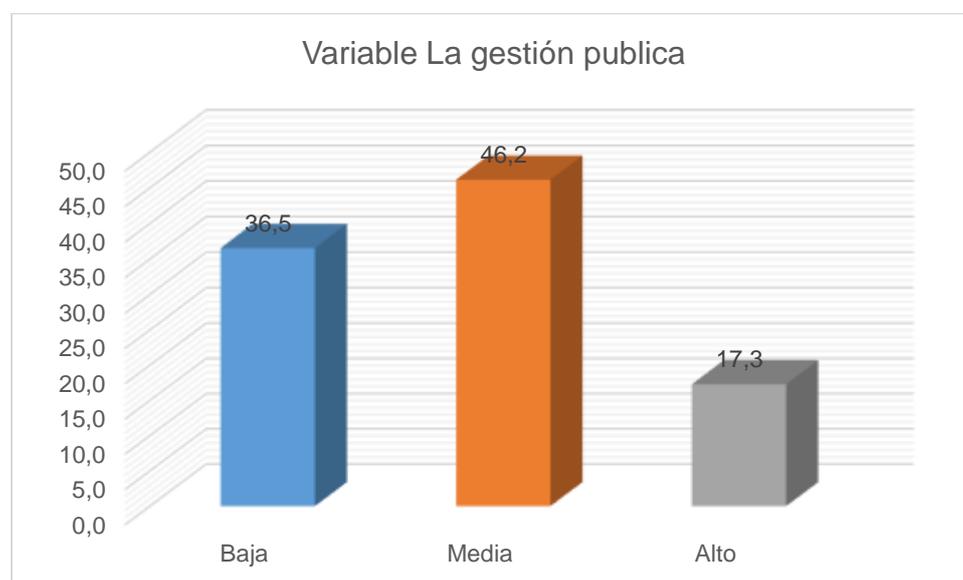
El cuestionario fue aplicado a 40 alumnos de diversas facultades del Universidad Tecnológica de los Andes, 2020, - Perú el cuestionario en mención consta de 30 ítems, se analizó los datos en el software estadístico SPSS, los resultados se muestran a continuación:

Alfa de cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,862	,892	18

Cuando se analizaron los datos, el resultado a nivel global de Alfa de Cronbach, cuyo valor es de 0.862 indica que el instrumento tiene una confiabilidad alta, por lo que se puede aplicar.

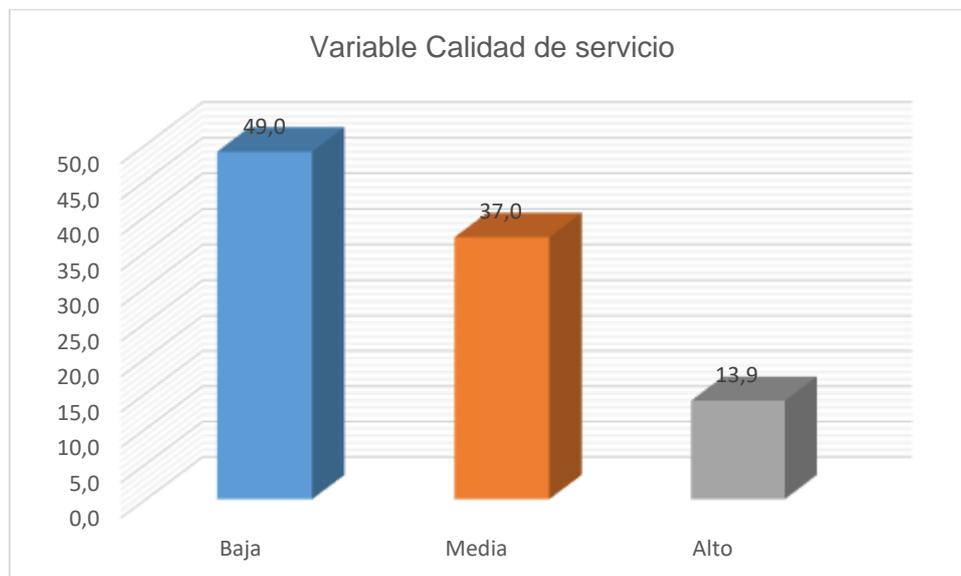
III. RESULTADO

Grafico 1. Variable Gestión publica



Según los datos recolectados, se evidencia que los alumnos encuestados sobre la gestión pública, consideran que el 36.5% tiene un nivel bajo, mientras que el 46.2% tiene un nivel medio y finalmente el 17.3% tiene un nivel alto.

Grafico 2. *Calidad de servicio*



Según los datos recolectados, se evidencia que los alumnos encuestados sobre la calidad de servicio, consideran que el 49% tiene un nivel bajo, mientras que el 37% tiene un nivel medio y finalmente el 13.9% tiene un nivel alto.

IV. CONCLUSIÓN

La adopción de un sistema de gestión pública es una decisión estratégica de una organización que puede ayudar a mejorar su desempeño general y brindar una base sólida para el programa de calidad del servicio de la Universidad.

La Universidad está orientada a la calidad y promueve una cultura de comportamientos, actitudes, actividades y procesos que generan valor al satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y otras partes interesadas relevantes, asegurando así que la gestión contribuya a la calidad del servicio.

El enfoque de calidad se basa en la integración de procesos y proporciona un programa de aseguramiento de la calidad en todos los aspectos, lo que supone un consenso general sobre las múltiples ventajas que ofrece, entre las que destacan una mayor optimización de los recursos, una mejora de la comunicación interna y de la imagen exterior. de la organización

El sistema de autoevaluación, evaluación externa y acreditación de las instituciones y programas universitarios constituye un elemento esencial para demostrar la calidad de los procesos universitarios desarrollados por las instituciones de educación superior y es el motor de la gestión de la calidad universitaria.

V. RECOMENDACIONES

A los funcionarios, tomen medidas encaminadas a aumentar los niveles de eficiencia y eficacia con el fin de servir mejor a los estudiantes mediante el uso de las TIC y el gobierno electrónico.

Educar a las autoridades y estudiantes sobre la importancia de la implementación y cumplimiento de la mejora continua, sabiendo que estas dos variables siempre serán relevantes en el desarrollo de cada uno de ellos en el distrito para alcanzar las metas de la Nueva Gestión Pública.

El proceso de implementación de las mejoras e interoperabilidad existentes en el gobierno electrónico, aprovechando las herramientas que brinda la tecnología para involucrar a los ciudadanos de la Universidad.

Implementar procesos mejorados en los servicios que ofrece la Universidad para generar interés a través de interacciones que brinden la información requerida a través de los medios actualmente disponibles

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Castañeda, Y. & Vásquez, J. (2016). La gestión administrativa y su relación con el nivel de satisfacción de los estudiantes en la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo-2015. (Tesis para optar El Título De Licenciado en Administración Pública). Universidad Señor de Sipán, Facultad de Ciencias Empresariales, Lima.
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/3957/TESISFINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cobra, M. (2017). Marketing de los servicios. (3° ed.) España. ECSI Editoria

Cottle, D. (2018). El servicio centrado por el cliente. Madrid. Díaz Dos Santos.

Cuatrecasas, L. (2017). Gestión integral de la calidad; Implantación control y certificación. Barcelona: Profit editorial.

Garbanzo, G. y Romero, F. (2018). Desafíos y problemáticas de la gestión universitaria en el sistema de la educación superior pública, aspectos a considerar en la Región Centroamericana. Revista Gestão Universitária na América Latina, 6(2), 231-258.
<https://www.redalyc.org/pdf/3193/319327519013.pdf>

- García, M. y García R. (2017). La gestión para resultados en el desarrollo: Avances y desafíos en América Latina y el Caribe (2a ed.). Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo
- Grönross, C. (2018). Marketing y Gestión de Servicios: La Gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios. España: Díaz de Santos S.A
- Lostanau, J. (2018). Satisfacción del usuario externo y calidad de atención percibida en el Servicio de Medicina Física y Rehabilitación, Hospital Regional de Ica, marzo 2018. (Tesis para optar el grado de maestro). Universidad Privada Norbert Wiener, Escuela de Posgrado, Lima. <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2374/MAESTRO%2020Johanna%20Cristhina%20Lostanau%20Ramos.pdf?sequence=1&isAllowed>
[wed](http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2374/MAESTRO%2020Johanna%20Cristhina%20Lostanau%20Ramos.pdf?sequence=1&isAllowed)
- Llona, M. (2018). Modernización de la gestión pública en el Perú; hacia un estado al servicio del Ciudadano. Presidencia del Consejo de Ministros - SGP.
- Mollá, A., Berenguer, G., Gómez, M. y Quintanilla, I. (2019). El comportamiento del Consumidor. Barcelona: UOC
- Pérez, V. (2018). Calidad Total en la Atención al Cliente. España: Ideas propias Editorial S.
- Saavedra, J. (2019). La Gestión Administrativa Institucional y la Calidad del Servicio de la Oficina de Administración de la Universidad Nacional Federico Villarreal, 2018. (Tesis de maestría). Universidad Peruana de las Américas, Escuela de Posgrado, Lima. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/773/TESIS%20MAESTRiA%20SAAVEDRA%20LOPEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2018). Fundamentos de marketing. (13° ed.) México: Mc Graw – Hill Companies.
- Seibold, J. (2017). La calidad integral en educación. Reflexiones sobre un nuevo concepto de calidad educativa que integre valores y equidad educativa. Revista Iberoamericana de Educación, (23), 215- 231. Recuperado de: https://rieoei.org/historico/documentos/rie23_a07.htm
- Vargas, M. y Aldana, L. (2018). Calidad en el Servicio. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Vergara, L. (2019). Calidad de servicio administrativo y el nivel de satisfacción de los estudiantes de la sección académica profesional de la universidad privada San

Pedro sede Barranca 2014. (Tesis de maestría), Universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión, Escuela de Posgrado, Huacho.
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3548/Le%C3%B3nidas%20Gerardo%20VERGARA%20RAMIREZ%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zeithaml, V. y Bitner, M. (2015). Marketing de servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa. (2° ed.) México: Mc Graw Hill.

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry, L. (1993). Calidad total en la Gestión de Servicios; cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores. Madrid: Díaz de Santos S.A