



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la
academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración**

AUTORAS:

Rabines Barros, Melina Yaleni (orcid.org/0000-0001-7238-6449)

Trujillo Morales, Melina Celia (orcid.org/0000-0002-3823-0157)

ASESORES:

Dra. Mosqueira Rodriguez, Guisella Balbina (orcid.org/0000-0001-6170-5838)

Dr. Sevilla Angelaths, Manuel Amadeo (orcid.org/0000-0001-6428-002X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO — PERÚ

2023

DEDICATORIA

En primer lugar, nuestro trabajo está dedicado a Dios, luego a nuestros padres, hermanos, amigos y quienes formaron parte de este gran éxito y por su incondicional apoyo mostrándome que con mucho esfuerzo podemos lograr nuestras metas aplicando la perseverancia, empeño y dedicación que fue muy fundamental para terminar con esta investigación

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro mayor agradecimiento primero a Dios por brindarnos su bendición y su amor cada día, también a nuestra querida asesora Guisella Balbina Mosqueira Rodríguez por formar parte de esta investigación quien nos alienta y que nos transmite pasión por este trabajo y por tomarse el tiempo de corregirlos.

A nuestros padres que día a día se esfuerza por sacarnos adelante con tanto esfuerzo y dedicación, son parte de este gran éxito.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	10
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	10
3.2. Variables y operacionalización	11
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis..	12
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	13
3.5. Procedimientos	14
3.6. Método de análisis de datos	14
3.7. Aspectos éticos.....	14
IV. RESULTADOS	16
V. DISCUSIÓN.....	24
VI. CONCLUSIONES.....	28
VII. RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS	30
ANEXOS.....	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Nivel de calidad de servicio en la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023</i>	16
Tabla 2. <i>Nivel de satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023</i>	17
Tabla 3. <i>Relación entre la calidad de servicio y la dimensión docente en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023</i>	18
Tabla 4. <i>Relación entre la calidad de servicio y la dimensión contenidos en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023</i>	19
Tabla 5. <i>Relación entre la calidad de servicio y la dimensión comunicación en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023</i>	20
Tabla 6. <i>Relación entre la calidad de servicio y la dimensión capacidades en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023</i>	21
Tabla 7. <i>Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023</i>	22

RESUMEN

El estudio “Calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023”, teniendo como objetivo de analizar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción. La metodología utilizada es de tipo aplicada, diseño no experimental-transversal, descriptivo-correlacional. La muestra fue integrada a 60 estudiantes, aplicado la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario. De acuerdo con este estudio y con los resultados que se han obtenido, se pudo observar respecto al nivel de calidad de servicio y satisfacción cuenta con un nivel alto del 97%, esto quiere decir, que la academia cumple con la mayoría de los requisitos para tener a estudiantes motivados y un 3% de nivel medio, lo cual indica que se tiene que mejorar en algunos aspectos administrativos, educativos, con el fin de tener alumnos aún más satisfechos con el servicio que ofrece. De esta forma, finalmente llegamos a la conclusión de que existe una relación significativa (p -valor < 0.05) teniendo con una correlación positiva alta (Rho Spearman 0.841) de acuerdo a las variables calidad de servicio y la satisfacción.

Palabras clave: calidad, calidad de servicio, satisfacción

ABSTRACT

The study “Quality of service and satisfaction in the students of the LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo academy, 2023”, has the objective of analyzing the relationship that exists between quality of service and satisfaction. The methodology used is applied, non-experimental-cross-sectional, descriptive-correlational design. The sample was made up of 60 students, the survey technique was applied and the questionnaire was used as an instrument. According to this study and the results that have been obtained, it could be observed that the level of quality of service and satisfaction has a high level of 97%, this means that the academy meets most of the requirements for have motivated students and 3% of average level, which indicates that it has to improve in some administrative and educational aspects, in order to have students even more satisfied with the service offered. In this way, we finally came to the conclusion that there is a significant relationship ($p\text{-value} < 0.05$) with a high positive correlation (Rho Spearman 0.841) according to the service quality and satisfaction variables.

Keywords: quality, service quality, satisfaction

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, la calidad ha tomado un aspecto relevante en los negocios especialmente en el rubro de servicios, generando así diversos cambios en la estructura con respecto a la atención a los clientes. La ejecución de estos cambios en el servicio tiene como fin incrementar la satisfacción en el cliente, consumidor, usuarios, etc.

La calidad del servicio es el valor añadido que aporta, incluso a clientes que son cada vez más exigentes y buscan en sus actividades de consumo el servicio que mejor puede satisfacer sus necesidades, proporcionándoles en definitiva mejores resultados. Si el cliente está satisfecho será leal a la empresa y estará dispuesto a dar comentarios positivos y así cumplir con las expectativas que tienen los clientes (Díaz-Camacho et al., 2021).

En Colombia, Arciniegas y Mejías (2017) indican que la calidad de servicio se ha observado por los estudiantes que cuentan con cinco factores, primero es relacionado a la eficiencia, factores tangibles y atención personalizada. Por otra parte, existe márgenes de mejora en los servicios que se ofrece, brindando una serie de ideas que ampliará la posibilidad de proponer medias de control de calidad y planes de mejora para la empresa en el futuro.

Bernate et al. (2020) en los estudios realizados en México, refieren que, al incrementar la calidad de servicio se debe utilizar instrumentos de medición con el fin de evaluar y determinar la percepción del cliente. Para ello la organización recibe reportes directos de sus clientes de esa forma puede identificar áreas para mejorar el servicio tanto a entrenadores como en área de las ventas y servicio hacia el cliente.

En Perú, Gutiérrez et al. (2019) comentan sobre el alto índice de calidad del servicio donde la gran mayoría de compradores quedan muy impresionados y satisfecho con el servicio que da las organizaciones. Asimismo, el servicio de calidad viene a ser el indicador de cuán respetuosos y amigables son con los trabajadores dentro de la empresa y se deposita en ellos la confianza que es una parte fundamental para el éxito.

En relación con la satisfacción, estudios realizados en Ecuador, por Marcano y Uribe (2022) precisan que la satisfacción es de utilidad a los establecimientos educativos esto puede influir y depender de varios componentes para alcanzar el

éxito escolar, teniendo en cuenta que la permanencia permite implementar la política que mejoran el servicio y calidad educativa con un buen rendimiento académico.

Según Surdez et al. (2022) consideran que los indicadores y factores de la satisfacción a los estudiantes de nuestro país son el 75% de balances de vida laboral y personal, siguiendo el 73% de ambiental laboral y el 66% crecimientos profesionales. Así mismo, entre los factores llevan a no estar satisfechos es la remuneración con 45%, exceso de trabajo con un 31%, por otro lado, se está identificando las causas para mejorar la satisfacción en las empresas y así lograr obtener mejor desenvolvimiento de los estudiantes y aumentando su desempeño, en especial para aquellos que ponen mucho esfuerzo en sus entrenamientos dentro de las empresas.

La presente investigación se realizará en la academia LA VILLA SPORT S.A.C., la misma que se dedica a brindar servicio de entrenamiento a jóvenes. Se ha percibido un cierto descontento en los estudiantes; debido a que manifiestan que el servicio que brindan los entrenadores no cumple sus expectativas, refieren que no reciben una adecuada orientación durante las prácticas de entrenamiento, asimismo, manifiestan que la enseñanza no es personalizada como se publicita en las redes sociales. Dicho esto, los estudiantes que tienen más permanencia en la academia sugieren, constantemente, el cambio de entrenadores, porque consideran que no tienen la experiencia y manejo suficiente para la preparación, por lo tanto, no hay una satisfacción en el servicio que proporciona la empresa. Dado que, en este estudio se pretende encontrar las causas con una intencionalidad de aumentar su calidad en el servicio, satisfacción en los estudiantes, aplicando estrategias eficientes en dicha academia.

Esta investigación se considera de gran importancia, ya que será un aporte valioso frente a la necesidad de conocer, ampliar y profundizar los factores refiriéndose en satisfacer sus necesidades con una buena calidad de servicio en los estudiantes con el fin de lograr que se sientan satisfechos y sean leales a la empresa.

De acuerdo con los aspectos encontrados en la situación actual se formula la presente interrogante: ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la

satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023?

Este estudio se justifica teóricamente, puesto que permitirá entender la importancia de las variables, teniéndolas en cuenta en futuras investigaciones y como una herramienta que las empresas pueden considerar para potenciar los servicios con una calidad obteniendo así la satisfacción a los estudiantes. A partir del punto de vista práctico, el estudio ayudará a reducir la carga de trabajo de la organización, dado que la organización demuestra que el servicio que se da a los estudiantes es de calidad, por otra parte, la investigación tiene justificación metodológica, puesto que ayudará a innovar diferentes herramientas. De igual manera, ofrecerá oportunidades para un buen ambiente de trabajo entre los estudiantes, puesto que, estarán muy comprometidos en la empresa aumentando su productividad.

Se considera como objetivo general: analizar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023. Además, se tiene en cuenta estos objetivos específicos: 1) Identificar el nivel de calidad de servicio de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023. 2) Identificar el nivel de satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023. 3) Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio con las dimensiones de la satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023.

Así mismo, se tiene como hipótesis de investigación H(a): Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023. H(o): No existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

La investigación fue tomada en consideración de varios investigadores, se mostrarán en los siguientes antecedentes los cuales sustentará el estudio ejecutado:

Internacionalmente se tiene a Montalvo et al. (2020) quienes en dicha indagación plantearon como fin fundamental, identificar si existe relación calidad de servicio y la satisfacción, este proyecto es el cuantitativo no experimental correlacional utilizado en un instrumento el cuestionario, el cual se aplicó a 152 usuarios. Los resultados se muestran con un 65,1% de clientes señalan que la calidad de servicio si optan a recibir será muy constante, ahora tenemos 45,4% de consumidores están relativamente satisfechos por otra parte también encontramos estadísticas donde se mencionan que se encuentra correlación relevante entre dichas variables, llegando a concluir que, si dicho consumidor está satisfecho con el servicio que de da, optara por asistir frecuentemente en la academia.

Hidalgo y Verdesoto (2019) en su investigación tuvieron como finalidad plantear una estrategia que ayude a perfeccionar la calidad de servicio y satisfacer a los consumidores. Este método fue cualitativo con un diseño no experimental, ha utilizado como instrumento utilizado fue el modelo SERVQUAL y fue aplicado a 270 clientes, los resultados determinan que la aplicación efectiva sobre calidad de servicio influyendo a satisfacer los clientes. Llegando a una conclusión en que el consumidor activo en la organización está muy satisfecho en diferentes aspectos que son referentes en la atención y constante seguimiento del cliente.

Villacrés (2020) según su estudio nos menciona que tiene la finalidad determinar la de calidad de servicio con la satisfacción en los consumidores, método que utilizó fue SERVQUAL tuvo como propósito de comprender y dar alternativas que ayuden a mejorar el servicio dentro de la empresa, se tuvo como un estudio cuantitativo no experimental y de instrumento para la evaluación se empleó el cuestionario teniendo como muestra a 286 consumidores, el resultado primordial fue para los 14 elementos tangibles que tuvo una puntuación de término medio con un 6.94. a diferencia de las otras percepciones que se tuvo el 6.19, la seguridad tuvo como un promedio de 9.98, seguridad cuenta con el 6.98 y finalizando con la empatía tuvo el 6.95 de acuerdo a estos resultados llegaron a conclusión que el 93.2% están muy satisfechos.

En el ámbito nacional, se considera a Crispín et al. (2020) mencionan en su indagación tuvieron la finalidad de identificar la influencia de calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios, la indagación fue cuantitativa no experimental. Se uso de instrumento el cuestionario, teniendo a 380 clientes como muestra de estudio, en consecuencia, se identificó que es muy importante la calidad de servicio por qué atribuye en satisfacer al cliente de dicha empresa, existiendo con una correlación directa considerable, llegando a la conclusión que las variables mencionadas tienen una influencia muy significativa.

Rivera (2018) en su investigación determinaron la relación de calidad de servicio y su satisfacción los consumidores de las empresas, este análisis fue no experimental y tuvo un diseño descriptivo correlacional. Como instrumento se usó al cuestionario, el cual se aplicó a 90 clientes, el resultado según la prueba de hipótesis, el valor Rho Spearman fue 0.783 y el valor p valor de 0.000, lo cual se llegó a concluir que si se encontró una correlación buena con sus variables de investigación.

Arrunátegui (2019) la finalidad de su indagación es analizar si hay una relación entre la calidad de servicio y su satisfacción hacia el consumidor de una organización, el estudio realizado fue no experimental. El cuestionario se usó como instrumento por el cual se recolecto los datos, el cual fue aplicado a 90 estudiantes, Los resultados ponen en evidencia que hay conexiones considerables entre las variables de este estudio, cabe recalcar también que, en la primera variable se logró un número significativo de respuestas según sus dimensiones de sensibilidad, tangibles, capacidad de respuestas y empatía. Finalmente se concluyó hay relación altamente significativa entre las variables.

Izquierdo (2023) dicho estudio su finalidad fue identificar su relación de la calidad de servicio y satisfacción de los consumidores en la organización, el estudio es cuantitativo correlacional con un diseño transversal utilizando el instrumento del cuestionario realizado a 384 personas, según el resultado se observó que hay una relación muy positiva en las variables con un grado de correlación media.

Por consiguiente, se definirá cada variable indicado en su investigación con las respectivas dimensiones e indicadores:

La calidad de servicio se le considera una estrategia planteada por una empresa para conocer sus necesidades y su interés por los usuarios y así poder ofrecerlos,

por lo tanto, un servicio de calidad, conveniente, apreciable, productivo, adecuado, seguridad y confianza para que el cliente se sienta satisfechos con la dedicación y eficiencia, esto proporciona un buen resultado para la organización (Pizzo, 2013).

Gaffar et al. (2018) comentan que la calidad de servicio tiene una manera de percibir lo que el cliente busca, en otras palabras, se basa en conocer la necesidad del consumidor con el fin de superar sus ideologías y sientan que el servicio es bueno.

Khan y Mahmud (2021) enfatiza la importancia que son los trabajadores dentro de la empresa para una buena formación del concepto de la calidad de servicio, por lo tanto, si es el trabajador se encuentre mejor preparado podrían satisfacer a los clientes de manera más rápida y eficaz aumentando el nivel de la calidad, por ende, la organización tendrá comentarios positivos.

Yoon y Cheon (2020) evidencian que la calidad de servicio se establece conforme a la filosofía por excelencias que se tiene por compartir a todos esos trabajadores dentro de la empresa, la calidad se debe experimentar todos los días y compartir en todos los niveles y áreas de trabajo, desde el gerente hasta el personal de operaciones de servicios.

Shi y Shan (2020) comentan que el servicio de calidad en las empresas públicas o privadas garantiza la plena satisfacción a los consumidores asegurando el rendimiento y supervivencia a largo plazo con ventajas muy competitivas para alcanzar el éxito de la organización.

La teoría de Ishikawa es una de las más reconocidas en las empresas en la cual su insistencia del autor se consideró que era necesario realizar el control de actividades de producción, sino también en abastecimiento, ventas y administración general. Con el objetivo de mejorar la producción en las organizaciones, la calidad en los productos elaborados se aplica en toda la actividad dentro de la organización, distribuir en beneficio a los clientes, trabajadores y accionistas de la empresa. Los principales puntos de esta filosofía son que, en primer lugar, está la calidad ya que las utilidades son los resultados, el consumidor es quien dirige la calidad, no el fabricante, el siguiente proceso es el consumidor, diciendo la verdad y los datos a través de la aplicación de métodos y herramientas estadísticas, teniendo en cuenta que un administrador es quien da el ejemplo respetando a sus trabajadores para una organización (Barrios, 2018).

La teoría de la calidad total de Deming se reconoce 14 puntos y 7 enfermedades de gestión, que establece que todo proceso es variable y mientras menos variación tenga, será de mejor calidad dicho producto a ofrecer. En determinado proceso se deben crear dos tipos de diferencias respecto a los objetivos planteados inicialmente: diferencias generales y diferencias específicas. Sólo creando esta distinción se puede lograr la calidad: Las variaciones generales ocurren con frecuencia en cualquier proceso debido a su diseño y condiciones de operación, creando un patrón uniforme de variación que es predecible y por lo tanto controlable. Por otro lado, las variaciones excepcionales tienen una manera esporádica y puntual, trayendo a consecuencia anomalías y errores de fabricación que quedan plenamente identificados una vez conocida la causa de este tipo de errores y, por tanto, pueden eliminarse corrigiendo la causa que motivó su creación. No se debe centrar únicamente en la mejora de procesos y el control de calidad en lugar procurar la mejora continua del diseño y la calidad del producto (Mogollón, 2019).

Seguidamente, se indicará las dimensiones implantadas por Ganga et al. (2019), respecto a la variable calidad de servicio son: elementos tangibles, capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad y empatía. Las cuales se indica a continuación:

Para Cantú (2011) el elemento tangible es el aspecto físico de un servicio, como las apariencias físicas de un establecimiento. Los equipos, el trabajador y sus implementos de comunicación. Estos componentes se están convirtiendo en el criterio más importante en cuanto a la calidad de servicio en muchas organizaciones. Aunque la mayor parte de los aspectos de calidad de servicio se menciona que son intangibles, los que son tangibles se encuentran entre los atributos más valorados y apreciados por los consumidores, cuyos indicadores son: equipos de apariencia moderna, instalaciones visualmente atractivas y el personal con apariencia moderna.

Zeithaml y Col (2009) manifiestan que la capacidad de respuesta es la sensibilidad que poseen los trabajadores en las empresas al comunicarse con los clientes. Es una gran oportunidad para ayudar los clientes en brindarle buena atención en cualquier momento en resolver sus dudas, quejas, problemas o solicitudes de servicios, en la organización de seguros, la afectividad del consumidor tiene un papel determinante al momento de tomar decisiones, muestra

sus indicadores: ofrecer un servicio de atención rápida, disposición del personal a inquietudes.

Zeithaml y Col (2009) indican que la fiabilidad es como la competencia en realizar el servicio promedio de modo formal y confiable desde el primer momento. Esto incluyen todos los factores que permiten a los clientes en identificar sus capacidades y experiencias profesionales en la empresa, sus indicadores son: cumplen lo prometido, realizan bien el trabajo, información clara y precisa.

Riveros (2007) manifiesta que la seguridad es lo que enfatiza a los trabajadores y tengan habilidad, conocimiento y capacidad necesaria para brindar servicios, establecer contactos personales, realizar transacciones que se vincula con su trabajo, resolviendo las interrogantes, problemas e inquietudes de los clientes, siendo al mismo tiempo atentos, respetuosos y amigables en su trato, tiene como indicadores: comportamiento confiable del personal, el personal es amable y transmite seguridad, tiene conocimientos suficientes.

Zeithaml y col (2009) refieren que la empatía se considera que es la atención y personalización que una organización ofrece a sus consumidores la importancia de la empatía es transferir a los consumidores una idea de ser únicos y especial a través de un servicio personalizado o medida en que el cliente quiere sentirse bien e importante y que entienden las empresas que prestan el servicio que es una parte fundamente para el éxito, sus indicadores son: brindar atención individual , preocuparse por los clientes, entender la necesidad del cliente.

Por otra parte, como segunda variable, se tiene a la satisfacción. Se define como la comodidad que perciben los estudiantes cuando sienten que se están cumpliendo sus expectativas académicas (Surdez et al., 2018).

Sánchez (2018) afirma que la idea de satisfacción esta directa y estrechamente vinculado a las nociones que tienen enfoque en cumplir con las expectativas, necesidades, deseos, felicidad, comodidad, bienestar, calma, placer, magia, alegría, equilibrio y disfrute donde se vincula este término satisfacción al sentimiento o emoción.

La satisfacción estudiantil es uno de los indicadores más importante para lograr buenos resultados y tiene por finalidad el determinar la satisfacción de los estudiantes, de esta manera se identifica en que área tiene más oportunidades para enfatizar su mejora (Chuyma-Huilca et al., 2021).

Puleo et al. (2017) “definieron la satisfacción como un grupo con cualidades que integran el modelo operativo para la realización de las actividades prácticas”.

Darle importancia a la satisfacción en los estudiantes dentro de la academia es necesario, ya que es un elemento clave donde se refleja la calidad de la educación y fomentan los cambios muy positivos reflejando una buena productividad, buen rendimiento y la efectividad será mucho mejor, porque ayuda a corregir fallas y así poder realizar cambios con el fin de obtener buenos resultados.

En las escuelas muchos trabajan solo por el dinero y no por el bien del estudiante, es por eso hoy en día, los docentes prefieren trabajar con personas motivadas, comprometidas al trabajo, pero muy poco han sabido crear y sostener métodos para que sus estudiantes estén satisfechos con las clases brindadas.

A continuación, se consideran las dimensiones referidas por González (2017):

Docente: se refiere a la persona que enseña e imparte sus conocimientos de algún tema determinado hacia los estudiantes, informando la importancia que tiene las actividades con el fin de cumplir con las metas planteadas mediante las disciplinas profesionales. Como indicadores se tiene los siguientes: método de enseñanza, comprensión de los contenidos, relación entre docente y estudiante.

Contenidos: es un conjunto de saberes, es decir son los hechos, habilidades, aptitudes y conceptos que son procesos de aprendizajes en un entorno donde se está realizando sus respectivas actividades con el fin de promover sus desarrollo personal y social de los estudiantes. Sus indicadores son: mejoras en el rendimiento personal, conocimiento, comprensión.

Comunicación: esta habilidad es muy valorada ya que ayuda a resolver las dudas, escucha activa, respeto mutuo. Esto permitirá construir una buena relación en el ámbito personal como profesional logrando así poder cumplir los objetivos que se plantearon dentro de la empresa. Se muestra los indicadores: compañerismo, trabajo en equipo, mejora de habilidades.

Capacidades: es un conjunto de aptitudes que tiene cada estudiante para desempeñarse de una u otra manera a distintas actividades que permitirá desarrollarse mejor en todo tipo de tareas brindadas. Sus indicadores: resolver problemas, afrontar nuevos aprendizajes, confiar en sus habilidades.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

Este estudio según su finalidad es tipo aplicada. De acuerdo Álvarez (2021) menciona que las investigaciones aplicadas es cuando el estudio es orientado a conseguir un nuevo conocimiento destinado a dar soluciones a los problemas prácticos.

Además, el presente estudio tiene el enfoque cuantitativo. Continuando con Hernández et al. (2019) indican que el enfoque cuantitativo se usa para una recolección y la determinación de los datos que responderán interrogantes de una investigación y poder así comprobar hipótesis propuestas anteriormente, este análisis confía en las mediciones numéricas, y el conteo constante en el uso de la estadística para tener una precisión de patrones para el comportamiento en una población.

3.1.2. Diseño de investigación

En esta investigación tenemos como diseño no experimental-transversal, descriptivo-correlacional.

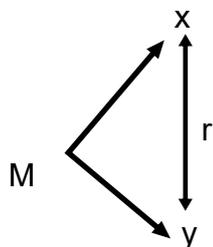
Según Hernández y Mendoza (2014) dan a conocer que sus investigaciones no experimentales se llevan a cabo sin la manipulación de información deliberada de variables, donde los fenómenos simplemente se observan y analizan en su entorno natural. Esto significa que no cambiamos deliberadamente el contenido de estos estudios.

Hernández y Mendoza (2014) informan que la investigación transversal es aquel en el que a una muestra se le aplica una sola vez en una serie de pruebas, como cuestionarios que miden dimensiones de personalidad y reportes actuales y pasados.

La investigación descriptiva es una perspectiva o dimensión que representa con precisión un evento o situaciones, según estas investigaciones, el investigador será capaz de poder definir o en todo caso visualizar lo que se tiene que medir (qué conceptos, variables, componentes, etc.) y cuáles serán los datos o en donde se recopilan información (personas, grupos, comunidades, objetos) (Hernández y Mendoza, 2018).

El diseño correlacional ayuda a entender diferentes relaciones que puede existir en el caso de tres o más ideas, niveles y variables de un establecido tema que pueda someterse a estudio, tal como lo refieren Hernández y Mendoza (2018).

Esquema:



Donde:

M = estudiantes de la academia LA VILLA
SPORT S.A.C.

V1: Calidad de servicio

V2: Satisfacción

r = relación

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: calidad de servicio

- **Definición conceptual:** “la calidad de servicio son las pautas que se debe tener en cuenta tanto los recursos como también los trabajadores que forman parte de las empresas, esto es para poder lograr y obtener satisfacer a todos los consumidores” (Tschohl, 2023).
- **Definición operacional:** en cuanto a la calidad de servicio tuvo la medición mediante las dimensiones: elementos tangibles, capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad y empatía referidos por Ganga et al. (2019).
- **Indicadores:** equipos de apariencia moderna, instalaciones visualmente atractivas, personal con apariencia pulcra, ofrece un servicio de atención rápida, disposición del personal a inquietudes, cumple lo prometido, realizan bien el trabajo, información clara y precisa, comportamiento confiable del personal, el personal es amable y transmite seguridad, tienen conocimientos suficientes, brindar atención individual, preocuparse por los clientes y entender la necesidad del cliente.
- **Escala de medición:** Ordinal

Variable 2: satisfacción

- **Definición conceptual:** “La satisfacción viene a ser la respuesta del consumidor, este es un juicio temporal que es una característica de un producto o

servicio, proporciona un nivel agradable de satisfacción asociado con el consumo y está sujeto a cambios” (Gonzales, 2021).

- **Definición operacional:** referente en esta variable de satisfacción se ha evaluado de acuerdo a las dimensiones, Docente, contenidos, comunicación y capacidades según Gonzales (2017).
- **Indicadores:** método de enseñanza, comprensión de los contenidos, relación entre docente y estudiante, mejoras en el rendimiento personal, conocimiento, comprensión, compañerismo, trabajo en equipo, mejora de habilidades, resolver problemas, afrontar nuevos aprendizajes, confiar en sus habilidades.
- **Escala de medición:** Ordinal

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1 Población

Fue conformado por 300 estudiantes por quienes asisten a la academia LA VILLA SPORT S.A.C. Según Condori-Ojeda y Porfirio (2020) manifiestan que la población es un elemento accesible o una unidad de estudio que se pertenece al ámbito especial donde será desarrollado.

- **Criterios de inclusión:** se consideró a los estudiantes de 18 hasta 23 años
- **Criterios de exclusión:** se excluyó a los estudiantes de 4 hasta 17 años

3.3.2 Muestra

Se consideró a 60 estudiantes quienes formaron parte de esta investigación. Cochabamba (2017) afirma que la muestra es una parte de una población donde se realizó los estudios. Hay procedimientos para llegar a tener una cantidad de elementos en la muestra como fórmulas y lógica.

3.3.3 Muestreo

En la investigación realizado tenemos el muestreo no probabilístico por conveniencia. Respecto, Salgado (2019) refiere que es un método de muestreo en el cual los investigadores seleccionan muestras que se basan en una razón subjetiva en vez de realizar la elección al azar, se usa donde no se puede sacar un muestreo de probabilidad aleatorio porque hay imposibilidades de tiempo o costos.

3.3.4 Unidad de análisis

Estuvo conformado por estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C. entre los 18 a 23 años.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

En este estudio se realizó fue aplicado la encuesta. Al respecto, López y Fachelli (2016) definen a la encuesta como un método de estudio más usada en el área de la Sociología que ha podido trascender el ámbito riguroso de la investigación científica, para así transformarse en función cotidiana de la que todos participamos.

Instrumento

El instrumento utilizado para esta investigación es el cuestionario. Respecto a la primera variable se tuvo el cuestionario con 15 interrogantes basado en la escala de Likert, teniendo en cuenta las 5 dimensiones del cuadro de operacionalización de variables. Por otro lado, la variable satisfacción tuvo un cuestionario de 16 interrogantes basado en la escala de Likert, teniendo en cuenta las 4 dimensiones.

Validez

Esta investigación fue validada por tres expertos. En primer lugar, tenemos al docente Mg. Pinglo Bazán Miguel Elías cuenta una especialidad en el área de formación académica en el campo organizacional, cuenta con experiencia como maestro. Seguidamente, el docente Mg Cedrón Medina, Carlos con más de 4 años de trayectoria en el área de formación académica organizacional, de la cual es docente de la Universidad César Vallejo. Por último, tenemos al docente Mg. Otoya Arrese Miguel Ángel docente con una gran trayectoria de experiencia en la Universidad César Vallejo y con vasta formación académica organizacional, los validadores utilizaron diferentes mecanismos de evaluación que ayudaron a respaldar los instrumentos.

Confiabilidad

se realizó una prueba piloto para poder medir la fiabilidad de los instrumentos que se utilizó y con esto aplicamos una muestra, esto para determinar la confiabilidad

utilizando el alfa de Cronbach. Se obtuvo un 0.708 en cuanto a la calidad de servicio, 0.76 en la satisfacción, por lo que determinó que el instrumento es aceptable.

3.5. Procedimientos

Primeramente, se procedió a observar con el fin de encontrar una problemática, por consiguiente, se ha formulado y se plasmó el título de la investigación. Continuando a plasmar el objetivo general, específicos y la hipótesis. Después se procedió a buscar información sobre los antecedentes que respaldan al trabajo de investigación de la misma forma las definiciones de se hizo la operacionalización de las respectivas variables en una tabla con la formulación de las encuestas como el instrumento. De la misma manera se completaron en el marco teórico con los datos respectivos identificando la población, muestra, muestreo y la técnica aplicada para la investigación. Por otra parte, se solicitó una solicitud de autorización en la academia LA VILLA SPOR S.A.C. para llevar a cabo nuestra investigación, una vez aceptada y obtenida a autorización se hizo la aplicación del instrumento de manera presencial a la muestra que seleccionamos y las respuestas obtenidas se llevó a una base de datos. Por último, logramos ejecutar los objetivos con las herramientas Excel y el SPSS v.26, logrando obtener resultados que nos ayudó a la discusión de la indagación incluyendo a las conclusiones y también recomendaciones que serán útil para futuras investigaciones.

3.6. Método de análisis de datos

En cuanto se logró obtener información en nuestra data, utilizamos dos herramientas

El Microsoft Excel y el software estadístico SPSS v.26, las herramientas tienen un propósito de analizar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C. para afirmar la consistencia de los datos que se ha obtenido, por último, se ejecutó el Alfa de Cronbach como prueba de confiabilidad.

3.7. Aspectos éticos

Nuestro estudio fue realizado con honestidad, puesto que los datos obtenidos son realmente confiables. Se respetó los derechos de autores y la información que se

recolecto de los investigadores siendo sacada de tesis, artículos y libros, los cuales serán citados considerando las normas APA – 7ma edición y pasado por el filtro de Turnitin varias veces, por otra parte, los principios éticos de las investigaciones de la Universidad César Vallejo establecidos en el artículo 3° dentro del Capítulo II: justicia, responsabilidad transparencia, beneficencia, integridad humana, libertad, probidad, respeto de la propiedad intelectual, precaución, protección del medio ambiental y biodiversidad, competencia profesional y científica.

IV. RESULTADOS

Conforme al objetivo específico 1 tenemos los siguientes resultados:

Tabla 1

Nivel de calidad de servicio de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023

Variable	Nivel	fi	%
Calidad de servicio	Medio	2	3
	Alto	58	97
TOTAL		60	100

Nota. Información recaudada por medio de la encuesta aplicada a 60 estudiantes de la academia

Interpretación:

Según la tabla n° 1 muestra que, el 97% de estudiantes se observa el nivel de calidad de servicio en la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023 es alto, esto debido a que las instalaciones son modernas, cuenta con materiales apropiados para los entrenamientos, la atención es rápida y oportuna, los entrenadores cumplen con los entrenamientos en el tiempo establecido, conocen ampliamente la metodología del trabajo y mantienen un buen vínculo con los estudiantes. Estos resultados demostraron que la academia se preocupa en brindar una buena calidad de enseñanza a sus estudiantes.

Los resultados del objetivo específico 2 se muestra lo siguiente:

Tabla 2

*Nivel de satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-
Trujillo, 2023*

Variable	Nivel	fi	%
Satisfacción	Medio	2	3
	Alto	58	97
TOTAL		60	100

Nota. Información recaudada por medio de la encuesta aplicada a 60 estudiantes de la academia

Interpretación:

En la tabla n° 2 muestra, el 97% de los estudiantes perciben una satisfacción alta en la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023. Esto debido a que el personal docente utiliza métodos de enseñanza adecuados, hay compañerismo y ayuda mutua entre compañeros y la academia se preocupa por el desarrollo de habilidades de sus estudiantes por otro lado, el 3% de estudiantes indican que los alumnos no están satisfechos en la academia.

Continuando con el objetivo específico 3 se muestran a continuación:

Tabla 3

Relación entre la calidad de servicio y la dimensión docente en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023

		Correlación	
			Docente
		Coeficiente de correlación	,901**
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Sig. (bilateral)	,000
		n	60

Nota. Información recaudada mediante la encuesta aplicada a 60 estudiantes de la academia

Interpretación:

En esta tabla 3, obtenemos el resultado de 0,901 (Rho de Spearman) lo cual se muestra la existencia de una correlación positiva muy alta en la variable calidad de servicio son su dimensión docente, implicando en ello, que las metodologías de enseñanza que utilizan los docentes repercuten en la mejora del servicio de calidad. Asimismo, tiene un nivel de significancia que es de 0.000 (p-valor < 0.05), determinando que existe una relación altamente significativa entre la variable calidad de servicio y la dimensión docente en la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023.

Tabla 4

Relación entre la calidad de servicio y la dimensión contenidos en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023

		Correlación	
			Contenidos
		Coefficiente de correlación	,864**
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Sig. (bilateral)	,000
		n	60

Nota. Información recaudada mediante la encuesta aplicada a 60 estudiantes de la academia

Interpretación:

Para la tabla 4, tuvo como resultado 0,864 (Rho Spearman) demostrando que, si se tiene una existencia de una correlación positiva alta entre la calidad de servicio y la dimensión contenidos, esto debido a que la academia se preocupa que los estudiantes tengan una comprensión eficiente de toda la enseñanza que se brinda. Así también, su nivel de significancia es de 0.000 (p-valor < 0.05), indicando que existe relación significativa alta entre la variable calidad de servicio y la dimensión contenidos en la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023.

Tabla 5

Relación entre la calidad de servicio y la dimensión comunicación en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023

		Correlación	
			Comunicación
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,855**
		Sig. (bilateral)	,000
		n	60

Nota. Información recaudada mediante la encuesta aplicada a 60 estudiantes de la academia

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 5, el Rho de Spearman fue de 0,855, indica que existe una correlación positiva alta entre la variable calidad de servicio y la dimensión comunicación, esto se debe a que la academia maneja una buena relación comunicativa entre entrenadores y estudiantes. Con respecto al nivel de significancia fue de 0.000 (p-valor < 0.05), determinando que existe una relación significativa alta entre la variable calidad de servicio y la dimensión comunicación en la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023.

Tabla 6

Relación entre la calidad de servicio y la dimensión capacidades en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023

Correlación		
		Capacidades
Rho de Spearman	Coefficiente de	,846**
	calidad de servicio	
	correlación	
	Sig. (bilateral)	,000
	n	60

Nota. Información recaudada mediante la encuesta aplicada a 60 estudiantes de la academia

Interpretación:

En la tabla 6, el Rho de Spearman fue de 0,846, esto demuestra que hay existencia de una correlación positiva alta entre la variable calidad de servicio y la dimensión capacidades, esto es porque la academia se centra en que el estudiante mejore en su desarrollo de manera efectiva y así obtener mejores oportunidades. Asimismo, el nivel de significancia fue de 0.000 (p -valor < 0.05), lo que demuestra que existe una relación significativa alta entre la variable calidad de servicio y la dimensión capacidades en la academia LA VILLA SPORT S.A.C - Trujillo, 2023.

De acuerdo con el objetivo general, el resultado se muestra a continuación:

Tabla 7

Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023

Correlación				
			Calidad de servicio	Satisfacción
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,841**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		n	60	60
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,841**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		n	60	60

Nota. Información recaudada mediante la encuesta aplicada a 60 estudiantes de la academia

Interpretación:

En la tabla n° 7 se obtuvo por resultado 0,841 (Rho Spearman), demostrando la existencia de una correlación positiva alta entre ambas variables, esto quiere decir que, si la calidad de servicio aumenta la satisfacción aumentará de la misma magnitud y sentido. Asimismo, su nivel de significancia fue de 0.000 (p-valor < 0.05), lo que determina una relación altamente significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023.

Contrastación de la hipótesis de investigación

En el estudio realizado se propuso las siguientes hipótesis:

H(a): La relación entre la calidad de servicio y la satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023, es directa y significativa.

H(o): La relación entre la calidad de servicio y la satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023, no es directa ni significativa.

En cuanto a la prueba de significancia se logró obtener 0.000 (p -valor < 0.05), lo que permite afirmar que, existe relación altamente significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023. Esto permite afirma que existe una relación entre dichas variables, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

V. DISCUSIÓN

De acuerdo el objetivo específico 1, se determinó a los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023, demostraron un nivel alto de la calidad de servicio con un 97%, esto refleja que la academia se centra en brindar un buen servicio a sus usuarios, siendo estos en buenas instalaciones, con materiales apropiados para sus actividades, así también manteniendo un buen vínculo y compañerismo con los estudiantes. Estos resultados son comprobados con Montalvo et al. (2020) indican que su investigación, se obtuvo el 65,1% de consumidores que afirman que la calidad de servicio que brindan es buena, con un 45% de consumidores se encuentran parcialmente satisfechos y se encontró estadísticamente que se encuentra con una correlación moderada y muy significativa con las variables mencionadas. Según la teoría de Shi y Shan (2020) refieren que un servicio de buena calidad en una empresa pública o privada garantiza la plena satisfacción de los clientes asegurando la rentabilidad y supervivencia a largo plazo con una ventaja de competencia para el éxito de la organización. De igual forma, Rivera (2018) menciona que es relevante que la organización no solo demande un buen producto o servicio, si no también que mantenga a sus trabajadores motivados, para que ellos se esfuercen en poder ofrecer una buena calidad de servicio al tener trato eficiente con los consumidores logrando así fidelizarlos. Dado en que los resultados muestran que la calidad de servicio que brindan en una organización es muy necesario e importante para los consumidores ya que así se puede satisfacer las expectativas y necesidades de estos, lo cual conlleva a la preferencia y recomendación a más personas, logrando así, un buen posicionamiento y prestigio para la academia.

De acuerdo con objetivo específico 2, se analizó que el 97% de los estudiantes perciben una satisfacción alta en la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023. Esto evidencia que la mayor parte de los estudiantes están satisfechos con lo que brinda la empresa significando que utiliza buenos métodos de enseñanza y un buen desarrollo de habilidades, esto coincide con Villacrés (2020) que en su investigación, los resultados para 14 elementos reales tuvieron un valor promedio de 6,94, mientras que para la percepción el promedio fue de 6,19; en términos de confiabilidad, las expectativas obtuvieron un puntaje de 6,96 y las percepciones de

6,45; en capacidad de respuesta, las expectativas obtuvieron una puntuación de 6,97 y las percepciones de 6,59; En materia de seguridad, las expectativas recibieron una puntuación de 6,98 y la percepción 6,64 y finalmente la empatía recibió una puntuación de expectativa de 6,95 y la percepción 6,59, llegando así a la conclusión de que el 93,2% del total se encontraba satisfecho. Sánchez (2018) afirma que el significado de satisfacción está directa y estrechamente relacionado con el significado de cumplimiento de esperanzas, necesidades, deseos, bienestar, comodidad, felicidad, tranquilidad, placer, encanto, satisfacción, alegría, equilibrio y alegría y afirma que el diccionario asocia el término satisfacción con sentimientos o emociones de felicidad, satisfacción hacia algo, placer obtenido al satisfacer o resolver necesidades, deseos y esperanzas. De acuerdo con el estudio del autor se evalúa la satisfacción en dimensiones y determina que también su nivel de satisfacción es alto, corroborando así al resultado de nuestro objetivo, esto es muy beneficioso para la academia ya que está demostrando que está cumpliendo las necesidades está cumpliendo las necesidades y expectativas de sus estudiantes, logrando así la preferencia de estos

Con relación con el objetivo específico 3, se tiene la correlación entre la calidad de servicio y la dimensión docente en la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023 fue de 0,901 (Rho de Spearman), resultado que revela la existencia de una correlación positiva muy alta y, así también, se observó un nivel de significancia de 0.000 por eso se determinó que la relación es altamente significativa, entonces existe una relación. Este resultado fue corroborado por Espinoza (2020) donde demostró que hay una relación positiva y considerable en cuanto al desempeño docente con la calidad de servicio en estudiantes con un Rho Spearman de 0.797 y un p valor de 0.000, se llega la conclusión que la institución muestra un nivel alto de desempeño de los docentes para que la institución pueda brindar una buena calidad de servicio. La correlación entre la calidad de servicio y la dimensión contenidos en la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023 obtenido fue de Rho de Spearman 0.864, resultado que presenta una correlación positiva alta, además, muestra una significancia inferior a 0.05, esto asegura que la relación es significativa, por lo que existe una relación directa entre las dimensiones calidad del servicio y contenidos. Los datos que se obtuvieron se corroboran con el

estudio realizado por García (2018) quien menciona que los contenidos se tratan de herramientas que ayudan a mejorar la gestión de la comunicación interna y que es muy importante en las organizaciones ya que la calidad de servicio dependerá de los contenidos internos para la buena comunicación de la empresa. Así también, en la correlación, con base en el análisis de correlación de Rho Spearman se encontró un valor de 0.855, lo que afirma una correlación positiva alta y una significancia de 0.000, indicando una relación unidireccional entre la calidad del servicio y la dimensión comunicación en la academia LA VILLA SPORT S.A.C. Estos resultados se corroboran con el estudio de Anyaipoma (2020) el cual demostró la existencia de una relación positiva entre la relación de comunicación interna y la calidad de servicio con el estadístico Rho de Spearman el coeficiente de correlación es 0.859 y Sig. 0.000, lo que permite concluir que hay una correlación directa, por lo que se deduce que a mayor comunicación mejor será la calidad del servicio. También se corrobora con lo que menciona Jiménez (2022) quien enfatiza que la gestión de la calidad implica comunicación para escuchar las expectativas del cliente, la voluntad de los directivos de transformar las expectativas en estándares y acciones de gestión, así como transmitir compromiso mediante la definición de programas de innovación, la comunicación y la formación son dos grandes pilares para incentivar la participación en el proceso de corrección de la mejora de la calidad. Finalmente, en el análisis de la correlación entre la calidad de servicio y la dimensión capacidades utilizando el estadístico de correlación de Rho Spearman se encontró que es de 0.846, este resultado indica que existe una correlación positiva alta y también se observa que la significancia es menor a 0.05, esto asegura que la relación es significativa, entonces existe una relación directa entre la calidad del servicio y la dimensión capacidades de la academia LA VILLA SPORT S.A.C. Los datos obtenidos se corroboran con el estudio de Saurin y Pomar (2020) donde demostraron que hay una relación positiva entre calidad de servicio y capacidades mediante el coeficiente de Pearson generando un coeficiente de 0.433 y un p valor ($0.00 < 0.05$) lo cual se puede deducir que existe una relación directa entre las variables, por lo tanto, contar con buenas capacidades mejora la calidad. También corrobora el estudio de Sánchez et al. (2022) lo cual nos muestra una teoría basada en recursos y capacidades, esta tiene un enfoque interno y centra su atención en el conjunto de recursos y capacidades con lo que cuenta la

organización, así como el modo en el que se organizan, interactúan, complementan y explotan para generar ventajas competitivas, en función de recursos y capacidades con el objetivo de proveer a las empresas unas directrices adecuadas que permitan mejorar su calidad y desempeño y aumentar el valor en la institución. De acuerdo con las corroboraciones se determina que la calidad de servicio está directamente relacionada con todas las dimensiones de la satisfacción, esto quiere decir que se debe poner mucho énfasis en esas dimensiones para poder brindar una buena calidad en la academia, conllevando a que la empresa sea más prestigiosa y con más reconocimiento en el rubro estudiantil.

Respecto al objetivo general, los datos que se obtuvieron determinaron una correlación Rho Spearman de 0,841, lo que corresponde el encuentro de una correlación positiva alta. Asimismo, si el p-valor <0.05 , podemos concluir que la relación es significativa, por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación. Entonces hay un vínculo directo entre la calidad de servicio y la satisfacción en la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023. Los resultados son coincidentes con el estudio realizado por Rivera (2018), en su estudio presento que existe una correlación con un resultado de una rho de Spearman de 0,783 y un valor p de 0,000, es decir una relación muy fuerte entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes dentro de la academia. Asimismo, se hace corroboración con la teoría que mencionan los autores Gaffar et al. (2018) la calidad de servicio es una forma de percepción que tiene el consumidor, es decir que se basa en conocer la necesidad de los consumidores con el fin de superar sus expectativas y se sientan satisfechos con el servicio brindado. Los estudios corroboran el resultado del objetivo general con porcentajes similares de correlación, esto determina el vínculo que tienen las dos variables, es decir que si hay incrementos en una variable estará relacionado con los incrementos de la otra teniendo en cuenta eso la academia sabrá cómo mejorar la calidad de los servicios logrando así una satisfacción, generando valor en la empresa.

VI. CONCLUSIONES

- 5.1 Con respecto al objetivo específico 1 llegamos a la conclusión que, hay un aumento del nivel en el porcentaje de calidad de servicio, esto se ve reflejado de acuerdo con los resultados obtenidos, ya que la academia cumple con todos los requisitos para mantener a los estudiantes motivados lo cual ayudará y beneficiará en llegar a más personas obteniendo nuevos clientes, consolidando credibilidad en la academia y poder gestionar una buena reputación de las competencias dentro del fútbol.
- 5.2 Con respecto con el objetivo específico 2 se llega a concluir que, al tener un porcentaje alto del nivel de satisfacción se logrará que los estudiantes sean leales y fieles a la academia, esto permitirá que los clientes tengan buenas opiniones hacia la empresa y, sobre todo, será recomendada a las demás personas.
- 5.3 Con respecto al resultado del objetivo específico 3 concluimos que, al ser altamente significativa relacionado a la calidad de servicio con sus dimensiones docente, contenidos, comunicación y capacidades de su variable satisfacción, permitirá que la empresa este más comprometida en formar estudiantes con un alto nivel de profesionalismo por parte de entrenadores en la academia; con entrenadores capacitados y dispuestos a cumplir con las metas planteadas, además de generar mayor compromiso, por parte de los alumnos, en su formación deportiva a fin de lograr un aumento de clientes satisfechos.
- 5.4 Referente al objetivo general se concluyó que presenta una correlación positiva alta entre ambas variables, esto es según los resultados obtenidos del Rho Spearman de 0.841, de la misma manera, el nivel de significancia fue de 0.000 (p -valor <0.05), por lo tanto, nos indica que existe una relación significativa entre calidad de servicio con la satisfacción de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.- Trujillo, 2023, Aceptándose la hipótesis alterna, demostrando que los estudiantes están muy satisfechos con el servicio brindado dentro de la academia.

VII. RECOMENDACIONES

- 6.1. Se da recomendación al gerente de la empresa; que a fin de seguir elevando la calidad de su servicio; utilice estrategias de marketing, mediante plataformas digitales y redes sociales en las cuales podrá interactuar con sus estudiantes y también brindar información de sus promociones, contenidos y éxitos institucionales para mayor fiabilidad de los interesados en ser parte de la institución.

- 6.2. Se hace recomendación al personal que labora en la academia mantener la atención en las necesidades de los estudiantes siendo empáticos con ellos, manteniendo una relación con confianza para que puedan expresar sus dificultades o inconvenientes que puedan surgir, con ello, tener un mejor ambiente estudiantil en la empresa.

- 6.3. Mantener equipos e instalaciones modernas es indispensable en una empresa, por eso, se recomienda que estén en constante actualización de las tecnologías, adaptándose al cambio para la continua mejora de la calidad que se da en el servicio, con ello, la satisfacción de sus estudiantes.

- 6.4. Por último, se recomienda a los entrenadores de la academia planificar las metodologías de enseñanza de acuerdo con los objetivos planteados para sus estudiantes, así como también, motivarlos con reconocimientos por sus éxitos alcanzados, esto mejorará la satisfacción de los estudiantes y demostrará el compromiso de la academia con los clientes.

REFERENCIAS

- Anyaipoma, V. (2020). *Comunicación interna y calidad de servicio de los clientes de la empresa GMG Comercial Perú S.A., Carabayllo, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio digital institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/53105>
- Arrunátegui, M. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la academia preuniversitaria Andreas Vesalius, nuevo Chimbote, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/19018>
- Arciniegas, J., y Mejías, A. (2017), Percepción de la calidad de los servicios prestados por la Universidad Militar Nueva Granada con base en la escala Servqualing, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple. *Comunicación*, 8(1), 26-36. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682017000100003&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Alecoy, T. (2010). *Compendio sobre las interrelaciones entre tipología humana, liderazgo y cambio social*. Lulo. com. https://www.google.com.pe/books/edition/Compendio_sobre_las_interrelaciones_entr/UWkxbEloRjC?hl=es-419&gbpv=0&kptab=editions
- Barrios, A. (2018). *Pioneros de la Calidad*. XVII coloquio internacional de gestión universitaria. https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/190966/2/01_00015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bernate, J., Guataquira, A., Romero, E., y Reyes, P. (2020). Satisfacción de la Calidad Educativa en Educación Superior. *Podium*, 38 (1), 37-50. <https://doi.org/10.31095/podium.2020.38.3>
- Calixto, A., y Hernández, C. (2017). Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado. Reflexiones teóricas. *Revista Arbitrada venezolana*, 12(2), 127-141. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/30033>
- Cerón, M. (2011). *La retribución de directivos*. LID Editorial Empresarial. https://www.google.com.pe/books/edition/La_retribuci%C3%B3n_de_directivos/iysEEAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0

- Crispín, J., Martel, C., y Torero, N. (2020). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los bancos privados. *Revista Desafíos*, 11(2), 156-64. <https://doi.org/10.37711/desafios.2020.11.2.212>
- Díaz-Camacho, R., Rivera, J., Encalada, I., y Romani, U. (2021), la satisfacción estudiantil en la educación virtual: una revisión sistemática internacional. *chakiñan, revista de ciencias sociales y humanidades*, 16(1), 177–193. <https://doi.org/10.37135/chk.002.16.11>
- Figuera-Gazo, P., Buxarrais-Estrada, M., Llanes-Ordoñez, J., y Venceslao-Pueyo, M. (2018). Perfil, motivación y satisfacción académica en los estudiantes de máster: el caso de Ciencias Sociales y Jurídicas. *Estudios sobre Educación*. 34(1), 219 – 237. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/50025>
- Fred, D. (2013). *Administración estratégica (Decimocuarta edición)*. Pearson Educación. <https://laurabatres.files.wordpress.com/2018/06/conceptos-de-administracion-estrategica-14edi-david.pdf>
- García, J. (2022). *La comunicación interna*. Ediciones Diaz de santos S.A. https://www.google.com.pe/books/edition/La_comunicaci%C3%B3n_interna/tSdEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- García, A. (2018). *UF1644 - Canales de distribución y publicación utilizados en los sistemas gestores de información*. Editorial Elearning, S.L. https://www.google.com.pe/books/edition/UF1644_Canales_de_distribuci%C3%B3n_y_public/68JWDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Hernández, S., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial Mexicana Reg. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf
- Hidalgo, M., y Verdesoto, O. (2019). *Calidad del Servicio y Satisfacción al cliente en el Sector Financiero del Cantón Ambato* [Tesis de maestría, Universidad técnica de Ambato]. Repositorio institucional. <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/30033>
- Hurtarte, C., Del Carmen, A., y Cruz, C. (2022). *Psicología social mexicana. Universidad Iberoamericana*. Universidad iberoamericana A. C. https://www.google.com.pe/books/edition/Psicolog%C3%ADa_social_mexica

[na/L9pfEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+satisfaccion+estudiantil&pg=PT213&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/Productividad_Extrema/2YznDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=que+es+satisfaccion+estudiantil&pg=PT213&printsec=frontcover)

- Juez, J. (2020). *Productividad Extrema: Como Ser Más Eficiente, Producir Más, y Mejor*. Italia. https://www.google.com.pe/books/edition/Productividad_Extrema/2YznDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Judge, T., y Robbins, S. (2017). *Comportamiento organizacional*. Pearson Educación. https://www.google.com.pe/books/edition/Comportamiento_organizacional/9ZWPtAEACAAJ?hl=es-419
- Izquierdo, J. (2021). La calidad de servicio en la administración pública. *horizonte empresarial*, 8(1), 425–437. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>
- Khan, A., Lima, R., y Mahmud, M. (2021). Comprensión de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la banca móvil en Bangladesh: uso de un modelo de ecuaciones estructurales. *Revisión empresarial global*, 22 (1), 85-100. <https://doi.org/10.1177/0972150918795551>
- Keller, S., y Price, C. (2012). *Más Allá Del Desempeño: Salud de Organizacional Como Máxima Ventaja Competitiva*. Lid Editorial Empresarial. https://www.google.com.pe/books/edition/M%C3%A1s_All%C3%A1_Del_Desempe%C3%B1o/RjqwoAEACAAJ?hl=es
- López, P., y Fachelli, S. (2016). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Dipòsit Digital de Documents, de la Universitat Autònoma de Barcelona. 1ª edición. Edición digital. <https://ddd.uab.cat/record/129382>
- Lusthaus, C. (2002). *Evaluación organizacional: marco para mejorar el desempeño*. Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo. https://www.google.com.pe/books/edition/Evaluaci%C3%B3n_organizacional_marco_para_me/Ex47GKcteH0C?hl=es&gbpv=1
- Llanes, J., Méndez-Ulrich, J., y Montané, A. (2021). Motivación y satisfacción académica de los estudiantes de educación: una visión internacional. *Educación XX1*. 24(1), 45- 68. <http://doi.org/10.5944/educXX1.26491>
- Marcano, P., y Uribe, A. (2022). Satisfacción estudiantil como un indicador de la calidad educativa. *Revista Ciencias Pedagógicas E Innovación*, 10(1), 79-84. DOI: [10.26423/rcpi.v10i1.520](https://doi.org/10.26423/rcpi.v10i1.520)

- Montalvo, s., Estrada, E., y Mamani, H. (2020). calidad de servicio y satisfacción del usuario en el hospital santa rosa de puerto Maldonado. *Open Journal Systems*, 23(2). DOI: <http://dx.doi.org/10.21503/cyd.v23i2.2085>
- Mogollón, M. (2019). *Modelo de gestión de calidad total sustentado en las teorías de Henry Fayol y de Edwards Deming para mejorar los procesos de dirección y control que afectan la administración educativa de la institución educativa "fidel Oyola romero" n° 055, distrito de san juan de la virgen, provincia de tumbes, departamento de tumbes, año 2015*. [Tesis de maestría, universidad nacional Pedro Ruiz Gallo]. Repositorio institucional. https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/6926/Mogoll%C3%B3n_March%C3%A1n_Eliana_Milagritos.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Pachas, C., y Rosario, K. (2020). *La motivación y la satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa Santo Domingo S.A Chincha – 2019*. [Tesis de grado, Universidad Autónoma de Ica]. Repositorio Institucional. <http://repositorio.autonmadeica.edu.pe/handle/autonmadeica/600>
- Pérez-López, J. A. (2022). *Teoría de la acción humana en las organizaciones: La acción personal*. Ediciones Rialp. https://www.google.com.pe/books/edition/Teor%C3%ADa_de_la_acci%C3%B3n_humana_en_las_orga/ZTVkEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Teor%C3%ADa+de+la+acci%C3%B3n+humana+en+las+organizaciones:+La+acci%C3%B3n+personal.&pg=PT56&printsec=frontcover
- Pérez, E. (2018). *Comportamiento humano y habilidades directivas*. Editorial Universitaria Ramón Areces. https://www.google.com.pe/books/edition/Comportamiento_humano_y_habilidades_dire/t8RmDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Rivera, J. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa consorcio Fredy* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.13067/826>
- Rubio, T. (2016). *Recursos Humanos, Dirección y gestión de personas en las organizaciones*. Ediciones Octaedro. https://www.google.com.pe/books/edition/Recursos_humanos/GgiIDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0

- Sánchez, J. (2018). *Satisfacción estudiantil en educación superior. validez de su medición.* Universidad Sergio Arboleda. <http://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/1027/SATISFACCI%c3%93N%20ESTUDIANTIL.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Sánchez-García, E., Marco, B., Seva-Larrosa, P., y Martínez, J. (2022). *Localización, capacidades empresariales e innovación: El caso del sector energético español.* Publicacions Universitat Alacant. https://www.google.com.pe/books/edition/Localizaci%C3%B3n_capacidades_empresariales/cICjEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Saurin, S., y Pomar, L. (2020). *Calidad de servicio y capacidad de respuesta al cliente en M & R Servicios Postales S.R.L, San Martín 2020* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio digital institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/65877>
- Surdez, E., Sandoval, M., y Lamoyi, C. (2018). Satisfacción estudiantil en la valoración de la calidad educativa universitaria. *Educación Y Educadores*, 21(1), 9–26. <https://doi.org/10.5294/edu.2018.21.1.1>
- Tschohl, J. (2023). *Servicio al cliente, técnicas, estrategias y una verdadera cultura para generar beneficios.* Revista time. <https://es.slideshare.net/LICMURO/libro-calidad-de-serviciopdf>
- Valdiviezo, B., y Vera L. (2020). *Motivación personal y satisfacción laboral en colaboradores de una empresa procesadora de alimentos de la región Lambayeque, agosto – diciembre, 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio institucional. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2576>
- Woolfolk, A. (2006). *Psicóloga educativa.* Pearson Educación. https://www.google.com.pe/books/edition/Psicolog_a_educativa/PmAHE32RuOsC?hl=es-419&gbpv=0

ANEXOS

ANEXO 1: TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
CALIDAD DE SERVICIO	“La calidad del servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes” (Tschohl, 2023).	La variable calidad de servicio se medirá por medio de las dimensiones: elementos tangibles, capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad y empatía referidos por Ganga et al (2019).	Elementos tangibles	Equipos de apariencia moderna Instalaciones visualmente atractivas Personal con apariencia pulcra	Ordinal
			Capacidad de respuesta	- Ofrece un servicio de atención rápida - Disposición del personal a inquietudes	
			fiabilidad	- Cumplen lo prometido - Realizan bien el trabajo - Información clara y precisa	
			seguridad	- Comportamiento confiable del personal - El personal es amable y transmite seguridad	

				- Tienen conocimientos suficientes	
			empatía	- Brindar atención individual - Preocuparse por los clientes - Entender la necesidad del cliente	

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
SATISFACCIÓN	“La satisfacción es la respuesta de la realización del consumidor, es un juicio transitorio que es una característica del producto o servicio en sí, proporciona un nivel placentero de realización relacionado con el consumo, es susceptible al cambio” (González, 2021).	La variable de satisfacción se medirá a través las dimensiones, Docente, contenidos, comunicación y capacidades según González (2017).	Docente	<ul style="list-style-type: none"> - Método de enseñanza - Comprensión de los contenidos - Relación entre docente y estudiante 	Ordinal
			Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> - Mejoras en el rendimiento personal - Conocimiento - Comprensión 	
			Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Compañerismo - Trabajo en equipo - Mejora de habilidades 	
			Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> - Resolver problemas - Afrontar nuevos aprendizajes - Confiar en sus habilidades 	

ANEXO 2: TABLA DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “Calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023”

AUTORES: Rabines Barros, Melina Yaneli y Trujillo Morales, Melina Celia

PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA	H1: La relación entre la calidad de servicio y la satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023,	General: analizar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023. OE1: Identificar el nivel de calidad de servicio de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023.	V1: Calidad de servicio V2: Satisfacción	TIPO: aplicada NIVEL: cuantitativo DISEÑO: no experimental TÉCNICA: encuesta	POBLACIÓN: 300 estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023 MUESTRA: 60 estudiantes de la academia LA VILLA



SPORT S.A.C.- Trujillo, 2023?	es directa y significativa H0: La relación entre la calidad de servicio y la satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.- LA VILLA SPORT S.A.C.- Trujillo, 2023, no es directa ni significativa.	OE2: Identificar el nivel de satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.- Trujillo, 2023 OE3: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio con las dimensiones de la satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.- Trujillo, 2023		INSTRUMENTO: cuestionario	SPORT S.A.C.- Trujillo, 2023
----------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	---------------------------------

ANEXO 3: AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°066-2023-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización: LA VILLA SPORT S.A.C.	RUC: 20608934864
Nombre del Titular o Representante legal: MARCIAL FERNANDO, BENITES DIAZ	
Nombres y Apellidos: MARCIAL FERNANDO, BENITES DIAZ	DNI: 18211486

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal “c” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU Nro. 0470-2022/UCV), autorizo , no autorizo , publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación: Calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023	
Nombre del Programa Académico: Administración	
Autoras:	DNI:
- Rabines Barros, Melina Yaleni	- 74046981
- Trujillo Morales, Melina Celia	- 70575262

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha Urb. Las Flores la Libertad – 31/05/23



Firma y sello


LA VILLA SPORT S.A.C.
Fernando Bernales Díaz

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8º, literal "c" **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.



ANEXO 4: CONSENTIMIENTO INFORMADO E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CONSENTIMIENTO INFORMADO *

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Título de la investigación:

Calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023

Investigadoras:

- Rabines Barros, Melina Yaleni
- Trujillo Morales, Melina Celia

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023”, cuyo objetivo es determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes de LA VILLA SPORT S.A.C. esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus-Trujillo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución LA VILLA SPORT S.A.C

Describir el impacto del problema de la investigación.

Se generará información importante sobre la calidad de servicio de cómo se relaciona en los estudiantes de LA VILLA SPORT S.A.C. Asimismo será un aporte valioso frente a la necesidad de conocer, ampliar y profundizar los factores con respecto a la satisfacción de los estudiantes en la empresa y así pueda tener más conocimiento y mejorar sus resultados, identificando cada problema por la falta de insatisfacción, así mismo, obtener buena calidad de enseñanza.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada:” Calidad de servicio y



satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C. -Trujillo, 2023”.

2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 15 minutos y se realizará en los ambientes de la Villa. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con las Investigadoras: Rabines Barros, Melina Yaleni, email mrabines@ucvvirtual.edu.pe. Trujillo Morales, Melina Celia, email mtrujillomo10@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mosqueira Rodríguez, Guisella Balbina, email: gbmosqueira@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento



Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

Nombre y apellidos:

Fecha y hora:

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].

** Obligatorio a partir de los 18 años*



INSTRUMENTO 1: CALIDAD DE SERVICIO

Preguntas	5	4	3	2	1
ELEMENTOS TANGIBLES					
Los materiales utilizados son de apariencia moderna y apropiada para los entrenamientos.					
Las instalaciones de los entrenamientos en la academia son visualmente atractivas.					
La presencia del personal es buena y adecuada.					
CAPACIDAD DE RESPUESTA					
La atención brindada en la academia es rápida y eficiente.					
El personal está dispuesto a resolver dudas e inquietudes cuando es necesario.					
El personal manifiesta competencia y conocimiento a la hora de dar una respuesta a alguna inquietud.					
FIABILIDAD					
La academia proporciona servicios de manera adecuada y conforme a como se compromete a hacerlo.					
Los entrenadores desempeñan sus actividades y entrenamientos de manera correcta.					
La academia brinda información clara y precisa al estudiante.					
SEGURIDAD					
Los entrenadores de la academia tienen un comportamiento que inspira confianza.					
He recibido un trato de cortesía, que me transmite seguridad por parte del personal.					
Los entrenadores tienen el conocimiento suficiente de la metodología de trabajo.					



EMPATÍA					
He recibido atención personalizada por parte de la academia.					
La academia se preocupa en cuidar los intereses de sus estudiantes.					
Tengo constancia que en la academia entienden las necesidades específicas de los estudiantes.					



INSTRUMENTO 2: SATISFACCIÓN

PREGUNTAS	5	4	3	2	1
DOCENTE					
El personal docente utiliza variedad de métodos de enseñanza.					
Los entrenadores crean metodologías de entrenamiento con el objetivo de que los estudiantes logren comprender los contenidos.					
Los entrenadores se esfuerzan por hacer que el estudiante comprenda mejor los contenidos de trabajo.					
La relación entre entrenador y estudiante es importante para el logro de objetivos.					
CONTENIDOS					
Con la metodología de enseñanza he mejorado mi rendimiento personal.					
En la academia he adquirido muchos conocimientos y habilidades en el fútbol.					
He logrado desarrollar buena comprensión con la metodología de trabajo del docente.					
La academia se preocupa que los estudiantes mantengan una comprensión eficiente de toda la enseñanza brindada.					
COMUNICACIÓN					
El compañerismo entre estudiantes ayuda a mejorar tus habilidades.					



La ayuda mutua entre compañeros permite alcanzar los objetivos de manera satisfactoria.					
El trabajo en equipo ayuda a tener mejores resultados.					
Durante mi estadía en la academia he logrado desarrollar y mejorar mis habilidades deportivas.					
CAPACIDADES					
He mejorado mi capacidad de utilizar el conocimiento para resolver los problemas de manera efectiva.					
La academia me prepara para afrontar nuevos aprendizajes de manera efectiva.					
La academia me alienta a confiar en el desarrollo de mis habilidades deportivas.					
Tengo satisfacción con las habilidades obtenidas en la academia.					



Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Ambientes del Bernabéu y Soccer City
Significación:	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable contiene 5 dimensiones, de 14 indicadores y 15 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 4 dimensiones, de 12 indicadores y 16 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** calidad se servicio

“La calidad de servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes” (Tschohl, 2023).

- **Variable 2:** satisfacción

“La satisfacción es la respuesta de la realización del consumidor, es un juicio transitorio que es una característica del producto o servicio en sí, proporciona un nivel placentero de la realización relacionado con el consumo, es susceptible al cambio” (Gonzales, 2021).

Variable	Dimensión	Definición
	Elementos tangibles	Para Cantú (2011), los elementos tangibles son los aspectos físicos del servicio, tales como apariencia de las instalaciones, equipos, personal y material de comunicación. Cada uno de los componentes mencionados, se convierten en criterios esenciales para la calidad de servicio en cualquier empresa.
	Capacidad de respuesta	Zeithaml y col (2009), capacidad de respuesta es la sensibilidad de los miembros de empresa al comunicarse con los clientes. Es una gran oportunidad para ayudar los clientes en



Calidad de servicio



	brindarle buena atención en cualquier momento en resolver sus dudas, quejas, problemas o solicitudes de servicio, en las compañías de seguros, la sensibilidad del cliente juega un papel clave en la toma de decisiones
Fiabilidad	Zeithaml y col (2009), la fiabilidad es como la capacidad de realizar el servicio promedio de manera formal y confiable desde el primer momento. Esto incluyen todos los factores que permiten a los clientes en identificar sus capacidades y experiencias profesionales en la empresa
Seguridad	Riveros (2007), La seguridad es la calidad del servicio que en enfatiza en los empleados y tengas habilidades, conocimientos y capacidades necesarias para brindar servicios, establecer contactos personales, realizar transacciones relacionadas con su trabajo, resolver las preguntas, problemas e inquietudes de los clientes, siendo al mismo tiempo atentos, respetuosos y amigables en su trato.
Empatía	Zeithaml y col (2009), La empatía es la atención cuidadosa e individualizada que la organización les brinda a sus clientes. La esencia de la empatía consiste en transmitir a los clientes la idea de ser únicos y especiales por medio de un servicio personalizado o adecuado ya que los clientes desean sentirse importantes comprendidos por las empresas prestadoras el servicio



Satisfacción	Docente	se refiere a la persona que enseña e imparte sus conocimientos de algún tema determinado hacia los estudiantes, informando la importancia que tiene las actividades con el fin de cumplir con las metas plateadas mediante las disciplinas profesionales. Según (González, 2017).
	Contenidos	es un conjunto de saberes, es decir son los hechos, habilidades, aptitudes y conceptos que son procesos de aprendizajes en un entorno donde se está realizando sus respectivas actividades con el fin de promover sus desarrollo personal y social de los estudiantes. Según (González, 2007).
	Comunicación	es una de las habilidades más valoradas que ayuda a resolver las dudas, escucha activa, respeto mutuo. Esto permitirá construir una buena relación en el ámbito personal como profesional logrando así cumplir con los objetivos planteados dentro de la empresa. Según (González, 2007).
	Capacidades	Según (González, 2007) indica que es un conjunto de aptitudes que tiene cada estudiante para desempeñarse de una u otra manera a distintas actividades que permitirá desarrollarse mejor en todo tipo de tareas brindadas

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presentó el cuestionario “Calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023” elaborado por Rabines Barros, Melina Yaleni y Trujillo Morales, Melina Celia en el año 2023. De



acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial/lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada en la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1.	No cumple con el criterio
2.	Bajo Nivel
3.	Moderado nivel
4.	Alto nivel

Variable del instrumento: calidad de servicio

- Primera dimensión: elementos tangibles

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Equipos de apariencia moderna	1	4	4	4	
Instalaciones visualmente atractivas	2	4	4	4	
Personal con apariencia pulcra	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: capacidad de respuesta

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Ofrece un servicio de atención rápida	4	4	4	4	
Disposición del personal a inquietudes	5-6	4	4	4	

- Tercera dimensión: fiabilidad



Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Cumple lo prometido	7	4	4	4	
Realizan bien el trabajo	8	4	4	4	
Información clara y precisa	9	4	4	4	

- Cuarta dimensión: seguridad

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comportamiento confiable del personal	10	4	4	4	
El personal es amable y transmite seguridad	11	4	4	4	
Tienen conocimientos suficientes	12	4	4	4	

- Quinta dimensión: empatía

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Ofrecen atención personalizada	13	4	4	4	
Se preocupan por los usuarios	14	4	4	4	
Comprenden las necesidades de los clientes	15	4	4	4	

Variable del instrumento: satisfacción

- Primera dimensión: docente



Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Método de enseñanza	1	4	4	4	
Comprensión de los contenidos	2-3	4	4	4	
Relación entre docente y estudiante	4	4	4	4	

- Segunda dimensión: contenidos

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Mejoras en el rendimiento personal	5	4	4	4	
Conocimiento	6	4	4	4	
Comprensión	7-8	4	4	4	

- Tercera dimensión: comunicación

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Compañerismo	9-10	4	4	4	
Trabajo en equipo	11	4	4	4	
Mejora de habilidades	12	4	4	4	

- Cuarta dimensión: capacidades

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Resolver problemas	13	4	4	4	

Afrontar nuevos aprendizajes	14	4	4	4	
Confiar en sus habilidades	15-16	4	4	4	



Mg. Miguel Elías Pinglo Bazán
DNI N° 40717454

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Validador 2

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.-Trujillo, 2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Cedrón Medina Carlos A.	
Grado profesional:	Maestría (x)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa (x)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Experiencia como docente	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Rabines Barros, Melina Yaleni Trujillo Morales, Melina Celia
Procedencia:	Adaptado
Administración:	Personal
Tiempo de aplicación:	15 minutos





Ámbito de aplicación:	Ambientes del Bernabéu y Soccer City
Significación:	Está compuesta por dos variables: <ul style="list-style-type: none">- La primera variable contiene 5 dimensiones, de 14 indicadores y 15 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.- La segunda variable contiene 4 dimensiones, de 12 indicadores y 16 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** calidad se servicio

“La calidad de servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes” (Tschohl, 2023).

- **Variable 2:** satisfacción

“La satisfacción es la respuesta de la realización del consumidor, es un juicio transitorio que es una característica del producto o servicio en sí, proporciona un nivel placentero de la realización relacionado con el consumo, es susceptible al cambio” (Gonzales, 2021).

Variable	Dimensión	Definición
	Elementos tangibles	Para Cantú (2011), los elementos tangibles son los aspectos físicos del servicio, tales como apariencia de las instalaciones, equipos, personal y material de comunicación. Cada uno de los componentes mencionados, se convierten en criterios esenciales para la calidad de servicio en cualquier empresa.
	Capacidad de respuesta	Zeithaml y col (2009), capacidad de respuesta es la sensibilidad de los miembros de empresa al comunicarse con los clientes. Es una gran oportunidad para ayudar los clientes en brindarle buena atención en cualquier momento



Calidad de servicio 		en resolver sus dudas, quejas, problemas o solicitudes de servicio, en las compañías de seguros, la sensibilidad del cliente juega un papel clave en la toma de decisiones
	Fiabilidad	Zeithaml y col (2009), la fiabilidad es como la capacidad de realizar el servicio promedio de manera formal y confiable desde el primer momento. Esto incluyen todos los factores que permiten a los clientes en identificar sus capacidades y experiencias profesionales en la empresa
	Seguridad	Riveros (2007), La seguridad es la calidad del servicio que en enfatiza en los empleados y tengas habilidades, conocimientos y capacidades necesarias para brindar servicios, establecer contactos personales, realizar transacciones relacionadas con su trabajo, resolver las preguntas, problemas e inquietudes de los clientes, siendo al mismo tiempo atentos, respetuosos y amigables en su trato.
	Empatía	Zeithaml y col (2009), La empatía es la atención cuidadosa e individualizada que la organización les brinda a sus clientes. La esencia de la empatía consiste en transmitir a los clientes la idea de ser únicos y especiales por medio de un servicio personalizado o adecuado ya que los clientes desean sentirse importantes comprendidos por las empresas prestadoras el servicio
Satisfacción	Docente	se refiere a la persona que enseña e imparte sus conocimientos de algún tema determinado hacia los estudiantes, informando la importancia que tiene las actividades con el fin de cumplir



		con las metas plateadas mediante las disciplinas profesionales. Según (González, 2017).
	Contenidos	es un conjunto de saberes, es decir son los hechos, habilidades, aptitudes y conceptos que son procesos de aprendizajes en un entorno donde se está realizando sus respectivas actividades con el fin de promover sus desarrollo personal y social de los estudiantes. Según (González, 2007).
	Comunicación	es una de las habilidades más valoradas que ayuda a resolver las dudas, escucha activa, respeto mutuo. Esto permitirá construir una buena relación en el ámbito personal como profesional logrando así cumplir con los objetivos planteados dentro de la empresa. Según (González, 2007).
	Capacidades	Según (González, 2007) indica que es un conjunto de aptitudes que tiene cada estudiante para desempeñarse de una u otra manera a distintas actividades que permitirá desarrollarse mejor en todo tipo de tareas brindadas

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presenté el cuestionario “Calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C. -Trujillo, 2023” elaborado por Rabines Barros, Melina Yaleni y Trujillo Morales, Melina Celia en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.



El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada en la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente



1.	No cumple con el criterio
2.	Bajo Nivel
3.	Moderado nivel
4.	Alto nivel

Variable del instrumento: calidad de servicio

- Primera dimensión: elementos tangibles

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Equipos de apariencia moderna	1	4	4	4	
Instalaciones visualmente atractivas	2	4	4	4	
Personal con apariencia pulcra	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: capacidad de respuesta

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Ofrece un servicio de atención rápida	4	4	4	4	
Disposición del personal a inquietudes	5-6	4	4	4	

- Tercera dimensión: fiabilidad

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Cumple lo prometido	7	4	4	4	



Realizan bien el trabajo	8	4	4	4	
Información clara y precisa	9	4	4	4	

- Cuarta dimensión: seguridad

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comportamiento confiable del personal	10	4	4	4	
El personal es amable y transmite seguridad	11	4	4	4	
Tienen conocimientos suficientes	12	4	4	4	

- Quinta dimensión: empatía

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Ofrecen atención personalizada	13	4	4	4	
Se preocupan por los usuarios	14	4	4	4	
Comprenden las necesidades de los clientes	15	4	4	4	

Variable del instrumento: satisfacción

- Primera dimensión: docente

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Método de enseñanza	1	4	4	4	



Comprensión de los contenidos	2-3	4	4	4	
Relación entre docente y estudiante	4	4	4	4	

- Segunda dimensión: contenidos

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Mejoras en el rendimiento personal	5	4	4	4	
Conocimiento	6	4	4	4	
Comprensión	7-8	4	4	4	

- Tercera dimensión: comunicación

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Compañerismo	9-10	4	4	4	
Trabajo en equipo	11	4	4	4	
Mejora de habilidades	12	4	4	4	

- Cuarta dimensión: capacidades

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Resolver problemas	13	4	4	4	
Afrontar nuevos aprendizajes	14	4	4	4	
Confiar en sus habilidades	15-16	4	4	4	



.....
Mg. Carlos A. Cedrón Medina

DNI 18070929

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.



Ámbito de aplicación:	Ambientes del Bernabéu y Soccer City
Significación:	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable contiene 5 dimensiones, de 14 indicadores y 15 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 4 dimensiones, de 12 indicadores y 16 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

9. Soporte teórico

- **Variable 1:** calidad se servicio

“La calidad de servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes” (Tschohl, 2023).

- **Variable 2:** satisfacción

“La satisfacción es la respuesta de la realización del consumidor, es un juicio transitorio que es una característica del producto o servicio en sí, proporciona un nivel placentero de la realización relacionado con el consumo, es susceptible al cambio” (Gonzales, 2021).

Variable	Dimensión	Definición
	Elementos tangibles	Para Cantú (2011), los elementos tangibles son los aspectos físicos del servicio, tales como apariencia de las instalaciones, equipos, personal y material de comunicación. Cada uno de los componentes mencionados, se convierten en criterios esenciales para la calidad de servicio en cualquier empresa.
	Capacidad de respuesta	Zeithaml y col (2009), capacidad de respuesta es la sensibilidad de los miembros de empresa al comunicarse con los clientes. Es una gran oportunidad para ayudar los clientes en brindarle buena atención en cualquier momento



Calidad de servicio 		en resolver sus dudas, quejas, problemas o solicitudes de servicio, en las compañías de seguros, la sensibilidad del cliente juega un papel clave en la toma de decisiones
	Fiabilidad	Zeithaml y col (2009), la fiabilidad es como la capacidad de realizar el servicio promedio de manera formal y confiable desde el primer momento. Esto incluyen todos los factores que permiten a los clientes en identificar sus capacidades y experiencias profesionales en la empresa
	Seguridad	Riveros (2007), La seguridad es la calidad del servicio que en enfatiza en los empleados y tengas habilidades, conocimientos y capacidades necesarias para brindar servicios, establecer contactos personales, realizar transacciones relacionadas con su trabajo, resolver las preguntas, problemas e inquietudes de los clientes, siendo al mismo tiempo atentos, respetuosos y amigables en su trato.
	Empatía	Zeithaml y col (2009), La empatía es la atención cuidadosa e individualizada que la organización les brinda a sus clientes. La esencia de la empatía consiste en transmitir a los clientes la idea de ser únicos y especiales por medio de un servicio personalizado o adecuado ya que los clientes desean sentirse importantes comprendidos por las empresas prestadoras el servicio
Satisfacción	Docente	se refiere a la persona que enseña e imparte sus conocimientos de algún tema determinado hacia los estudiantes, informando la importancia que tiene las actividades con el fin de cumplir



		con las metas plateadas mediante las disciplinas profesionales. Según (González, 2017).
	Contenidos	es un conjunto de saberes, es decir son los hechos, habilidades, aptitudes y conceptos que son procesos de aprendizajes en un entorno donde se está realizando sus respectivas actividades con el fin de promover sus desarrollo personal y social de los estudiantes. Según (González, 2007).
	Comunicación	es una de las habilidades más valoradas que ayuda a resolver las dudas, escucha activa, respeto mutuo. Esto permitirá construir una buena relación en el ámbito personal como profesional logrando así cumplir con los objetivos planteados dentro de la empresa. Según (González, 2007).
	Capacidades	Según (González, 2007) indica que es un conjunto de aptitudes que tiene cada estudiante para desempeñarse de una u otra manera a distintas actividades que permitirá desarrollarse mejor en todo tipo de tareas brindadas

10. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presenté el cuestionario “Calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C. -Trujillo, 2023” elaborado por Rabines Barros, Melina Yaleni y Trujillo Morales, Melina Celia en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.



El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada on la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente



1.	No cumple con el criterio
2.	Bajo Nivel
3.	Moderado nivel
4.	Alto nivel

Variable del instrumento: calidad de servicio

- Primera dimensión: elementos tangibles

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Equipos de apariencia moderna	1	4	4	4	
Instalaciones visualmente atractivas	2	4	4	4	
Personal con apariencia pulcra	3	4	4	4	

- Segunda dimensión: capacidad de respuesta

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Ofrece un servicio de atención rápida	4	4	4	4	
Disposición del personal a inquietudes	5-6	4	4	4	

- Tercera dimensión: fiabilidad

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Cumple lo prometido	7	4	4	4	



Realizan bien el trabajo	8	4	4	4	
Información clara y precisa	9	4	4	4	

- Cuarta dimensión: seguridad

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comportamiento confiable del personal	10	4	4	4	
El personal es amable y transmite seguridad	11	4	4	4	
Tienen conocimientos suficientes	12	4	4	4	

- Quinta dimensión: empatía

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Ofrecen atención personalizada	13	4	4	4	
Se preocupan por los usuarios	14	4	4	4	
Comprenden las necesidades de los clientes	15	4	4	4	

Variable del instrumento: satisfacción

- Primera dimensión: docente

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Método de enseñanza	1	4	4	4	



Comprensión de los contenidos	2-3	4	4	4	
Relación entre docente y estudiante	4	4	4	4	

- Segunda dimensión: contenidos

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Mejoras en el rendimiento personal	5	4	4	4	
Conocimiento	6	4	4	4	
Comprensión	7-8	4	4	4	

- Tercera dimensión: comunicación

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Compañerismo	9-10	4	4	4	
Trabajo en equipo	11	4	4	4	
Mejora de habilidades	12	4	4	4	

- Cuarta dimensión: capacidades

Indicadores	Número de preguntas	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Resolver problemas	13	4	4	4	
Afrontar nuevos aprendizajes	14	4	4	4	
Confiar en sus habilidades	15-16	4	4	4	



Mag, Miguel Ángel G. Otoyá Arrese
DNI No. 18084048

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

ANEXO 6: DETERMINACIÓN DE LA CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Alfa de Cronbach: calidad de servicio (V1)

N° Encuestas Piloto	Preguntas/items															Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	Sum fila (t)
1	3	2	5	5	5	2	3	1	3	3	4	4	4	5	4	53
2	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	71
3	5	4	5	5	5	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5	67
4	4	4	5	4	5	1	4	2	4	2	4	4	4	4	4	55
5	4	1	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	57
6	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	63
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
8	5	3	4	5	5	2	4	4	4	2	4	5	4	4	4	59
9	4	2	4	3	5	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	58
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
11	3	1	4	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	59
12	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	63
13	5	5	4	4	5	4	4	4	5	1	5	5	5	5	4	65
14	5	4	5	4	5	3	5	4	4	3	4	5	4	5	4	64
15	5	3	5	4	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	5	62

16	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	70	
17	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	68	
PROMEDIO	4.4 7	3.4 1	4.6 5	4.3 5	4.7 1	3.4 1	4.2 4	3.8 2	4.1 2		3.47	4.24	4.47	4.29	4.35	4.00	Varianza Total
DESV EST S_i	0.7 2	1.2 3	0.4 9	0.6 1	0.4 7	1.1 8	0.5 6	1.0 1	0.4 9		1.18	0.56	0.51	0.47	0.49	0.79	Columnas
VARIANZA por ítem	0.5 1	1.5 1	0.2 4	0.3 7	0.2 2	1.3 8	0.3 2	1.0 3	0.2 4		1.39	0.32	0.26	0.22	0.24	0.63	Varianzas totales de ítems S_i^2
SUMA DE VARIANZAS de los ítems S_i^2	8.88															26.13	

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Nº Ítems: K= 15

Reemplazand

o:

$\alpha = 0.708$

Alfa de Cronbach: satisfacción (V2)

N° Encuestas Piloto	Preguntas/ítems																Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	Sum fila (t)
1	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	2	5	4	66
2	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	74
3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	73
4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	69
5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	2	4	61
6	2	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	69
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
8	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	69
9	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	64
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
11	4	4	4	5	4	4	4	3	5	3	5	5	5	5	3	3	66
12	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	70
13	4	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	72
14	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	64
15	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	70
16	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	76
17	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	73

PROMEDIO	3.9	3.7	4.2	4.5	4.5	4.7	4.1	4.6	4.7	4.5	4.5	4.2	4.2	4.0	4.1	4.3	Varianza Total
DESV EST S_i	0.7	0.7	0.4	0.6	0.5	0.5	0.6	0.6	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6	0.8	0.8	0.59	Columnas
VARIANZA por ítem	0.5	0.5	0.2	0.4	0.3	0.2	0.3	0.4	0.2	0.4	0.4	0.3	0.3	0.6	0.6	0.4	Varianzas totales de ítems S_i^2
SUMA DE VARIANZAS de los ítems S_i^2	5.96																18.39

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

N° Ítems: K= 16

Reemplazando:

$\alpha = 0.721$

ANEXO 7: PRUEBA DE NORMALIDAD DE DATOS

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
C_Servicio	,089	60	,200*	,975	60	,264
Satisfacción	,119	60	,035	,918	60	<.001

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera

a. Corrección de significación de Lilliefors

ANEXO 8: EVIDENCIA DE APLICACIÓN DE CUESTIONARIOS (PRESENCIAL)



ANEXO 9: BASE DE DATOS PILOTO

Calidad de servicio

Satisfacción

N°	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19	P 20	P 21	P 22	P 23	P 24	P 25	P 26	P 27	P 28	P 29	P 30	P 31	
1	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	2	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	5	3	4	5	5	1	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	
4	4	2	4	3	5	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
6	3	1	4	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	3	5	3	5	5	5	5	5	3	3
7	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	
8	5	5	4	4	5	4	4	4	5	1	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	
9	5	4	5	4	5	3	5	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
10	5	3	5	4	4	4	5	4	4	2	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	
11	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
12	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	
13	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	
14	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	
16	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	
17	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5

ANEXO 10: BASE DE DATOS REAL
CALIDAD DE SERVICIO

	Elementos tangibles					Capacidad de respuesta					Fiabilidad					Seguridad					Empatía				
	P 1	P 2	P 3	TOT AL	NIV EL	P 4	P 5	P 6	TOT AL	NIV EL	P 7	P 8	P 9	TOT AL	NIV EL	P1 0	P1 1	P1 2	TOT AL	NIV EL	P1 3	P1 4	P 5	TOT AL	NIV EL
1	5	4	5	14	Alto	5	5	3	13	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	5	13	Alto	4	4	3	11	Alto
2	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto
3	5	3	4	12	Alto	5	5	1	11	Alto	4	4	4	12	Alto	2	4	5	11	Alto	4	4	4	12	Alto
4	4	2	4	10	Medio	3	5	3	11	Alto	4	4	4	12	Alto	3	5	4	12	Alto	5	4	4	13	Alto
5	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto
6	3	1	4	8	Medio	4	4	5	13	Alto	5	5	5	15	Alto	4	3	5	12	Alto	4	4	2	10	Medio
7	5	4	5	14	Alto	4	5	3	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	5	4	13	Alto	4	5	4	13	Alto
8	5	5	4	14	Alto	4	5	4	13	Alto	4	4	5	13	Alto	1	5	5	11	Alto	5	4	4	13	Alto
9	5	4	5	14	Alto	4	5	3	12	Alto	5	4	4	13	Alto	3	4	5	12	Alto	4	5	4	13	Alto
10	5	3	5	13	Alto	4	4	4	12	Alto	5	4	4	13	Alto	2	4	5	11	Alto	4	5	5	14	Alto
11	5	5	5	15	Alto	5	4	4	13	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	4	13	Alto	5	4	5	14	Alto
12	5	4	5	14	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	4	13	Alto	5	5	4	14	Alto	4	4	4	12	Alto
13	5	5	5	15	Alto	5	5	4	14	Alto	4	5	5	14	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	5	14	Alto
14	3	5	4	12	Alto	3	3	3	9	Medio	3	3	3	9	Medio	3	3	3	9	Medio	3	5	3	11	Alto
15	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	3	3	4	10	Medio
16	4	4	5	13	Alto	4	5	5	14	Alto	4	5	4	13	Alto	5	4	4	13	Alto	4	3	4	11	Alto
17	5	4	5	14	Alto	4	5	5	14	Alto	4	5	4	13	Alto	5	4	5	14	Alto	4	4	4	12	Alto
18	4	4	4	12	Alto	5	4	4	13	Alto	4	4	4	12	Alto	5	4	4	13	Alto	4	4	4	12	Alto



19	4	4	4	12	Alto	3	4	4	11	Alto	4	5	5	14	Alto	5	4	4	13	Alto	4	4	4	12	Alto
20	2	3	5	10	Medio	4	5	4	13	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	3	4	3	10	Medio
21	4	4	5	13	Alto	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	4	5	13	Alto	5	4	4	13	Alto
22	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	5	4	4	13	Alto	4	5	4	13	Alto
23	4	3	4	11	Alto	3	4	4	11	Alto	4	4	3	11	Alto	4	4	3	11	Alto	3	4	4	11	Alto
24	4	4	5	13	Alto	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	5	14	Alto	5	4	5	14	Alto
25	3	3	4	10	Medio	4	5	4	13	Alto	4	4	4	12	Alto	5	4	4	13	Alto	4	5	4	13	Alto
26	4	4	5	13	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	4	13	Alto	4	4	5	13	Alto	4	3	5	12	Alto
27	5	5	5	15	Alto	4	5	5	14	Alto	4	5	5	14	Alto	5	5	5	15	Alto	4	4	5	13	Alto
28	5	3	4	12	Alto	4	5	4	13	Alto	4	5	5	14	Alto	5	5	5	15	Alto	3	5	4	12	Alto
29	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto
30	5	5	5	15	Alto	4	4	5	13	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	5	14	Alto	5	4	5	14	Alto
31	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	5	14	Alto	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto
32	5	4	5	14	Alto	5	5	5	15	Alto	4	4	5	13	Alto	4	4	5	13	Alto	5	5	5	15	Alto
33	4	3	5	12	Alto	5	4	5	14	Alto	4	5	5	14	Alto	5	5	4	14	Alto	3	4	3	10	Medio
34	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	5	4	4	13	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto
35	4	4	5	13	Alto	5	5	4	14	Alto	4	5	5	14	Alto	5	4	5	14	Alto	4	4	4	12	Alto
36	5	4	5	14	Alto	4	3	4	11	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	4	5	3	12	Alto
37	5	4	5	14	Alto	5	5	4	14	Alto	5	4	5	14	Alto	5	4	5	14	Alto	1	4	5	10	Medio
38	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	5	14	Alto
39	5	3	5	13	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	5	14	Alto	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto
40	3	4	5	12	Alto	4	5	5	14	Alto	4	5	4	13	Alto	5	4	4	13	Alto	4	5	4	13	Alto
41	5	3	5	13	Alto	4	4	4	12	Alto	4	5	5	14	Alto	5	4	5	14	Alto	4	4	4	12	Alto



42	5	4	5	14	Alto	5	5	4	14	Alto	4	5	5	14	Alto	5	5	5	15	Alto	4	4	4	12	Alto
43	4	4	5	13	Alto	5	4	4	13	Alto	4	5	4	13	Alto	4	4	4	12	Alto	4	5	4	13	Alto
44	5	4	5	14	Alto	3	4	4	11	Alto	4	5	5	14	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	3	11	Alto
45	4	4	4	12	Alto	5	4	4	13	Alto	4	5	4	13	Alto	3	4	4	11	Alto	4	5	4	13	Alto
46	4	4	5	13	Alto	4	4	4	12	Alto	5	4	4	13	Alto	5	4	4	13	Alto	3	4	4	11	Alto
47	5	4	5	14	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	4	13	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	5	14	Alto
48	4	4	5	13	Alto	4	5	4	13	Alto	4	5	4	13	Alto	5	4	4	13	Alto	4	5	4	13	Alto
49	5	4	4	13	Alto	4	3	4	11	Alto	4	5	5	14	Alto	4	5	5	14	Alto	4	4	5	13	Alto
50	4	3	4	11	Alto	5	4	4	13	Alto	3	4	4	11	Alto	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto
51	3	4	3	10	Medio	4	3	4	11	Alto	5	4	4	13	Alto	4	3	4	11	Alto	4	4	4	12	Alto
52	4	4	5	13	Alto	4	5	5	14	Alto	4	5	5	14	Alto	5	4	5	14	Alto	3	4	4	11	Alto
53	4	4	4	12	Alto	4	3	4	11	Alto	5	4	4	13	Alto	4	3	4	11	Alto	3	4	3	10	Medio
54	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	5	14	Alto	5	5	5	15	Alto	5	3	5	13	Alto
55	4	4	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto	5	4	4	13	Alto	4	4	4	12	Alto	4	5	4	13	Alto
56	4	3	5	12	Alto	5	5	5	15	Alto	4	5	5	14	Alto	5	5	5	15	Alto	1	4	4	9	Medio
57	5	3	5	13	Alto	4	4	4	12	Alto	5	5	5	15	Alto	5	3	4	12	Alto	4	4	4	12	Alto
58	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	5	4	5	14	Alto
59	4	3	5	12	Alto	4	5	4	13	Alto	5	5	4	14	Alto	5	4	5	14	Alto	3	5	4	12	Alto
60	5	4	5	14	Alto	5	4	5	14	Alto	5	5	5	15	Alto	5	5	5	15	Alto	3	5	5	13	Alto



Elementos tangibles	
NIVEL	%
Bajo	0
Medio	5
Alto	55

Capacidad de respuesta	
NIVEL	%
Bajo	0
Medio	1
Alto	59

Fiabilidad	
NIVEL	%
Bajo	0
Medio	1
Alto	59

Seguridad	
NIVEL	%
Bajo	0
Medio	1
Alto	59

Empatía	
NIVEL	%
Bajo	0
Medio	7
Alto	53

BAREMO
Elementos tangibles

ÍTEMS	3
MAX	15
MIN	3
RANGO	12
AMPLITUD	4
Bajo	7
Medio	11
Alto	15

BAREMO
Capacidad de respuesta

ÍTEMS	3
MAX	15
MIN	3
RANGO	12
AMPLITUD	4
Bajo	7
Medio	11
Alto	15

BAREMO
Fiabilidad

ÍTEMS	3
MAX	15
MIN	3
RANGO	12
AMPLITUD	4
Bajo	7
Medio	11
Alto	15

BAREMO
Seguridad

ÍTEMS	3
MAX	15
MIN	3
RANGO	12
AMPLITUD	4
Bajo	7
Medio	11
Alto	15

BAREMO
Empatía

ÍTEMS	3
MAX	15
MIN	3
RANGO	12
AMPLITUD	4
Bajo	7
Medio	11
Alto	15

BAREMO
Calidad de servicio

ÍTEMS	15
MAX	75
MIN	15
RANGO	60
AMPLITUD	20
Bajo	35
Medio	55
Alto	75

SATISFACCIÓN

	Docente						Contenidos						Comunicación						Capacidades					
	P 1	P 2	P 3	P 4	TOTA L	NIVE L	P 5	P 6	P 7	P 8	TOTA L	NIVE L	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	TOTA L	NIVE L	P1 3	P1 4	P1 5	P1 6	TOTA L	NIVE L
1	2	3	4	4	13	Alto	5	5	5	5	20	Alto	4	5	5	5	19	Alto	4	3	5	5	17	Alto
2	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto
3	4	4	4	5	17	Alto	4	5	4	4	17	Alto	4	4	5	5	18	Alto	4	4	5	4	17	Alto
4	3	3	4	4	14	Alto	5	5	4	4	18	Alto	5	4	4	3	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto
5	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto
6	4	4	4	5	17	Alto	4	4	4	3	15	Alto	5	3	5	5	18	Alto	5	5	3	3	16	Alto
7	4	3	4	5	16	Alto	5	5	5	4	19	Alto	5	5	5	4	19	Alto	4	4	4	4	16	Alto
8	4	4	4	5	17	Alto	4	5	3	5	17	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	4	4	5	18	Alto
9	3	4	4	3	14	Alto	4	4	4	5	17	Alto	4	5	4	4	17	Alto	4	4	4	4	16	Alto
10	4	4	4	4	16	Alto	4	5	4	5	18	Alto	5	4	5	4	18	Alto	5	5	4	4	18	Alto
11	5	4	4	5	18	Alto	5	5	3	5	18	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto
12	4	5	5	5	19	Alto	5	4	4	5	18	Alto	5	5	4	4	18	Alto	5	4	4	5	18	Alto
13	5	4	5	5	19	Alto	5	5	5	4	19	Alto	4	4	4	5	17	Alto	5	5	5	4	19	Alto
14	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto	3	3	3	3	12	Alto
15	4	4	4	5	17	Alto	4	4	4	4	16	Alto	5	4	5	4	18	Alto	4	4	4	4	16	Alto
16	4	4	4	5	17	Alto	5	5	4	4	18	Alto	5	5	5	4	19	Alto	5	4	4	5	18	Alto
17	4	5	5	5	19	Alto	5	5	4	5	19	Alto	4	5	5	5	19	Alto	4	5	4	5	18	Alto
18	5	4	4	4	17	Alto	5	5	4	4	18	Alto	4	4	5	4	17	Alto	4	4	4	4	16	Alto
19	4	5	5	5	19	Alto	4	5	4	4	17	Alto	4	5	5	5	19	Alto	5	4	4	5	18	Alto
20	5	5	5	5	20	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	5	5	18	Alto	5	5	4	5	19	Alto
21	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	4	5	5	5	19	Alto
22	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	5	17	Alto
23	3	3	3	3	12	Alto	3	4	4	4	15	Alto	4	3	4	4	15	Alto	5	4	4	4	17	Alto
24	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	4	5	5	5	19	Alto
25	4	4	4	5	17	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	5	4	17	Alto	5	4	4	3	16	Alto
26	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	4	5	5	5	19	Alto	5	5	4	5	19	Alto
27	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto
28	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	4	4	5	18	Alto	4	5	5	5	19	Alto



29	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	5	4	4	4	17	Alto
30	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	4	19	Alto	5	5	5	5	20	Alto
31	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto
32	4	5	5	5	19	Alto	5	4	5	5	19	Alto	5	5	5	5	20	Alto	4	4	5	5	18	Alto
33	5	5	5	5	20	Alto	5	4	4	5	18	Alto	5	5	5	5	20	Alto	4	5	4	4	17	Alto
34	4	4	5	5	18	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	5	5	4	4	18	Alto
35	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	4	5	5	19	Alto	3	5	4	5	17	Alto
36	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	5	5	4	4	18	Alto
37	5	5	5	5	20	Alto	5	4	4	4	17	Alto	5	5	5	4	19	Alto	5	5	5	5	20	Alto
38	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto
39	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	4	5	5	5	19	Alto
40	4	5	5	4	18	Alto	4	5	4	4	17	Alto	4	4	5	4	17	Alto	4	4	4	5	17	Alto
41	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	4	4	4	4	16	Alto	5	4	5	5	19	Alto
42	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto
43	4	5	4	5	18	Alto	5	5	4	4	18	Alto	4	4	4	5	17	Alto	5	5	5	5	20	Alto
44	5	4	5	5	19	Alto	5	5	4	5	19	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	4	5	5	19	Alto
45	4	4	5	4	17	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	5	5	18	Alto	4	5	4	5	18	Alto
46	4	4	4	5	17	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	5	3	16	Alto	5	4	4	4	17	Alto
47	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	4	5	5	5	19	Alto
48	5	4	4	4	17	Alto	4	5	5	4	18	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	4	4	5	18	Alto
49	4	4	4	5	17	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	4	5	5	5	19	Alto
50	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto
51	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto
52	5	4	4	5	18	Alto	5	4	5	4	18	Alto	5	4	5	4	18	Alto	4	5	5	5	19	Alto
53	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto
54	5	5	5	4	19	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	4	4	4	4	16	Alto
55	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	4	4	4	16	Alto
56	4	4	5	5	18	Alto	5	4	4	4	17	Alto	5	5	5	4	19	Alto	5	5	5	4	19	Alto
57	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto
58	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	4	5	5	5	19	Alto
59	4	4	5	5	18	Alto	4	4	4	4	16	Alto	4	5	4	4	17	Alto	4	5	5	4	18	Alto
60	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	20	Alto



BAREMO
Docente

ÍTEMS	4
MAX	20
MIN	4
RANGO	16
AMPLITUD	5
Bajo	9
Medio	15
Alto	20

BAREMO
Contenidos

ÍTEMS	4
MAX	20
MIN	4
RANGO	16
AMPLITUD	5
Bajo	9
Medio	15
Alto	20

BAREMO
Comunicación

ÍTEMS	4
MAX	20
MIN	4
RANGO	16
AMPLITUD	5
Bajo	9
Medio	15
Alto	20

BAREMO
Capacidades

ÍTEMS	4
MAX	20
MIN	4
RANGO	16
AMPLITUD	5
Bajo	9
Medio	15
Alto	20

BAREMO
Satisfacción

ÍTEMS	16
MAX	80
MIN	16
RANGO	64
AMPLITUD	21
Bajo	37
Medio	59
Alto	80

ANEXO 11: FICHA TÉCNICA DE LOS INSTRUMENTOS

calidad de servicio

Técnica	Encuesta
Instrumento	Cuestionario
Autor	Ganga et al, (2016).
Adaptado por	Rabines Barros, Melina Yaleni Trujillo Morales, Melina Celia
Ámbito de aplicación	Ambientes del Bernabéu y Soccer City
Tiempo de aplicación	15 minutos
Aplicación de instrumentos	Virtual
Significación	Medir la relación de las variables
Dimensiones	Elementos tangibles Capacidad de respuesta Fiabilidad Seguridad Empatía
Evaluación	1=Totalmente en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Indeciso 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo



Satisfacción

Técnica	Encuesta
Instrumento	Cuestionario
Autor	(González, 2017).
Adaptado por	Rabines Barros, Melina Yaleni Trujillo Morales, Melina Celia
Ámbito de aplicación	Ambientes del Bernabéu y Soccer City
Tiempo de aplicación	15 minutos
Aplicación de instrumentos	Virtual
Significación	Medir la relación de las variables.
Dimensiones	Docente Contenidos Comunicación Capacidades
Evaluación	1=Totalmente en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Indeciso 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo

ANEXO 12: FIGURAS





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad de los Asesores

Nosotros, MOSQUEIRA RODRIGUEZ GUISELLA BALBINA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesores de Tesis titulada: "Calidad de servicio y satisfacción en los estudiantes de la academia LA VILLA SPORT S.A.C.- Trujillo, 2023", cuyos autores son RABINES BARROS MELINA YALENI, TRUJILLO MORALES MELINA CELIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 23 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MOSQUEIRA RODRIGUEZ GUISELLA BALBINA DNI: 18095897 ORCID: 0000-0001-6170-5838	Firmado electrónicamente por: GBMOSQUEIRA el 11-12-2023 09:37:56
SEVILLA ANGELATHS MANUEL AMADEO DNI: 40557024 ORCID: 0000-0001-6428-002X	Firmado electrónicamente por: SEVILLAM el 18-12-2023 08:58:54

Código documento Trilce: TRI - 0662524