



XLVIII Coloquio Argentino de Estadística

VI JORNADA DE EDUCACIÓN ESTADÍSTICA "MARTHA DE ALIAGA"

27 al 30 oct 2020

Poster:

Satisfacción y lealtad de los estudiantes universitarios con relación a los operadores de internet: caso UNSACCC - 2020

Yheni Farfán Machaca, Frida Coaquira, Guillermo Paucar



Esta obra está bajo una
Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial 4.0
Internacional



FACULTAD
DE CIENCIAS
ECONÓMICAS



Universidad
Nacional
de Córdoba



SATISFACCIÓN Y LEALTAD DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS CON RELACIÓN A LOS OPERADORES DE INTERNET: CASO UNSAAC - 2020

YHENI FARFÁN MACHACA¹, FRIDA COAQUIRA², GUILLERMO PAUCAR³

¹Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Departamento Académico de Matemáticas y Estadística, ²Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Escuela de Posgrado, ³Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Departamento Académico de Matemáticas y Estadística

RESUMEN

En esta investigación de naturaleza aplicada, con enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal, descriptivo correlacional a nivel multivariado, se estudiaron las variables satisfacción y lealtad de los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco con relación a los operadores de internet en el año 2020, cuyos objetivos fueron determinar los factores latentes de las variables mencionadas, así como la relación y correlación entre ellas, se tomó una muestra no probabilística por conveniencia de 300 estudiantes; los encuestados respondieron el cuestionario previamente validado utilizando el formulario de google, la confiabilidad del instrumento se midió con el estadístico alfa de Cronbach, resultando 0,921, conteniendo 13 ítems para la satisfacción y 0,850 conteniendo 11 ítems para la lealtad, valores que son altamente confiables. El procesamiento de los datos se realizó, utilizándose el Análisis Factorial por Componentes Principales, determinándose 3 factores latentes que explican el 68,43% de variabilidad total de la variable satisfacción, estos son: un factor servicio de atención al cliente, un factor fiabilidad del servicio y un factor funcionamiento del servicio; así como 3 factores latentes que explican el 62,78% de la variabilidad total de la variable lealtad, estos son: un factor bondad del operador, un factor afectivo y un factor de recomendación al operador; se encontró, que existe una relación y correlación altamente significativa para la prueba chi cuadrado y tau -b de kendall con p-valor de 0,000 para la satisfacción y lealtad.

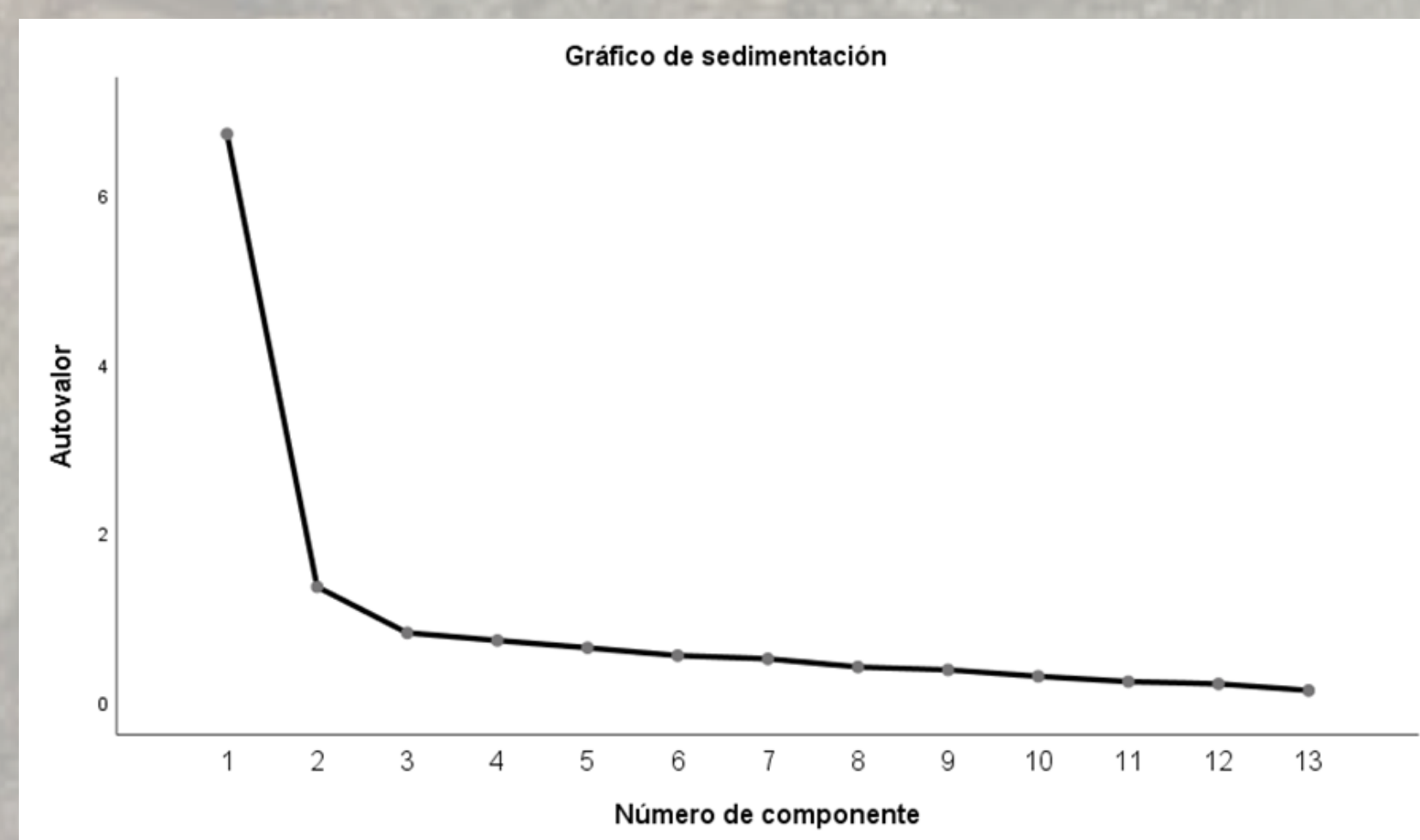
Palabras claves: satisfacción, lealtad, estudiantes, internet, multivariado.

RESULTADOS

1. Análisis Factorial por Componentes Principales para la variable satisfacción.

Prueba de KMO y Bartlett			
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo			0,888
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado		2396,660
	gl		78
	Sig.		0,000

Varianza total explicada									
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	6,719	51,683	51,683	6,719	51,683	51,683	3,396	26,121	26,121
2	1,361	10,468	62,151	1,361	10,468	62,151	3,077	23,669	49,790
3	0,816	6,279	68,430	0,816	6,279	68,430	2,423	18,640	68,430
4	0,727	5,589	74,018						
5	0,640	4,923	78,941						
6	0,548	4,216	83,157						
7	0,509	3,916	87,073						
8	0,412	3,172	90,245						
9	0,378	2,911	93,155						
10	0,302	2,323	95,478						
11	0,240	1,845	97,324						
12	0,213	1,639	98,962						
13	0,135	1,038	100,000						



	Matriz de componente rotado ^a		
	Componente		
	1	2	3
Con la apariencia del Equipo	0,152	0,399	0,696
Costo mensual de la internet	0,218	0,159	0,804
Cableado de la conexión interior y exterior	0,329	0,272	0,645
Cobertura y señal de internet	0,194	0,862	0,182
Velocidad de internet	0,154	0,775	0,387
El rendimiento de los Megas contratados	0,195	0,668	0,500
Servicio de reporte de averías	0,490	0,599	0,114
Personal técnico competente	0,642	0,301	0,318
Amabilidad en el servicio de atención al cliente	0,880	0,093	0,171
Amabilidad servicio de averías	0,826	0,323	0,085
Equipos (Modem) seguros	0,524	0,448	0,364
Personal técnico que brinde confianza	0,784	0,167	0,334
Caídas o fluctuaciones de la internet durante su uso	0,347	0,488	0,219

2. Análisis Factorial por Componentes Principales para la variable lealtad.

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0,852
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1204,059
	gl	55
	Sig.	0,000

Varianza total explicada									
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	4,558	41,437	41,437	4,558	41,437	41,437	2,941	26,738	26,738
2	1,242	11,288	52,725	1,242	11,288	52,725	2,287	20,789	47,527
3	1,106	10,054	62,779	1,106	10,054	62,779	1,678	15,252	62,779
4	0,951	8,648	71,427						
5	0,620	5,637	77,064						
6	0,583	5,296	82,359						
7	0,518	4,712	87,072						
8	0,426	3,877	90,948						
9	0,406	3,688	94,637						
10	0,305	2,770	97,406						
11	0,285	2,594	100,000						



	Matriz de componente rotado ^a		
	Componente		
	1	2	3
El operador contratado es mejor que las otras	0,578	0,553	0,053
Duración del saldo	0,788	0,028	0,244
Duración de megas	0,805	-0,019	0,252
Buena velocidad	0,749	0,271	0,075
Amplia Cobertura	0,646	0,529	-0,025
Usa siempre ese operador	0,096	0,798	0,071
La familia y amigos usan ese operador	0,081	0,679	0,118
Intención de volver a contratar el operador	0,493	0,399	0,429
El precio es accesible	0,098	-0,112	0,852
Leal al operador contratado	0,220	0,444	0,547
Recomendaría el operador	0,210	0,399	0,564

3. Correlación y grado de asociación entre las variables satisfacción y lealtad

		Lealtad					
		Baja	Relativa	Alta	Total		
Satisfacción	Insatisfecho	Frecuencia	49	25	0	74	
		f %	16,3%	8,3%	0,0%	24,7%	
	medianamente satisfecho	Frecuencia	23	118	19	163%0	
		f %	7,7%	39,3%	6,3%	53,	
	muy satisfecho	Frecuencia	0	27	39	66	
		f %	0,0%	9,0%	13,0%	22,0%	
Chi- cuadrada = 167,81		P-valor=0,000		Tau - b=0,61		P-valor=0,00	

Conclusiones:

- Los factores latentes que sintetizan el 68,43% de variabilidad total de la variable satisfacción de los estudiantes de la universidad san Antonio abad del Cusco con relación a los operadores de internet son: un Factor de atención al cliente, un factor de fiabilidad del servicio, un factor funcionamiento del servicio.
- Se encontró 3 factores que explican el 62,78% de la variabilidad total de la variable lealtad, cuyos factores son: un factor bondad del operador, un factor afectivo y un factor recomendación al operador.
- Existe relación altamente significativa entre las variables satisfacción y lealtad, ya que la prueba chi-cuadrada es significativa, así como el estadístico tau-b de kendall que también es altamente significativo.