

FACULTAD DE HUMANIDADES

Escuela Académico Profesional de Psicología

Tesis

**Calidad de servicio de los agremiados en un Colegio
Regional Profesional de Junín periodo 2021**

Anyhela Natalia Galvan Ninamango

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Psicología

Huancayo, 2022

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

DEDICATORIA

Con infinito reconocimiento a mis queridos padres Gricelda y Pascual; a mi hermano Diego, como impulso de vida; a mi abuelita Victoria, en el cielo; y mi abuelito Pascual, el cual tiene un motivo más para seguir adelante, quienes con su apoyo y motivación impulsaron a que cumpliera uno de mis objetivos.

AGRADECIMIENTOS

A los agremiados del Colegio Regional de Licenciados en Administración de Junín y al decano regional, Mg. Miguel Ángel Ninamango Guevara, por las disposiciones para colaborar con esta investigación.

A mi asesor, Mg. Carlos Lara Grados, por permitirme lograr mi objetivo, por su apoyo en la culminación de la tesis.

A mis queridos padres, por su apoyo constante y su amor incondicional.

A mis amigos por los alcances brindados.

RESUMEN

Se ha diseñado una investigación de tipo aplicada, utilizando el método científico, con un diseño de investigación descriptivo. Se trabajó con una población de 2000 agremiados, utilizándose un muestreo de tipo probabilístico, para obtener una muestra conformada por 250 agremiados en un Colegio Regional Profesional de Junín del periodo 2021. La técnica utilizada para la recogida de información es la encuesta y la herramienta utilizada es el Cuestionario de Calidad del Servicio, basado en el modelo SERVQUAL, previo a su aplicación fue sometido a un proceso de confiabilidad a través de Alpha de Cronbach, el mismo que fue 0,883, además de obtener un promedio de 0.85 de valoración por parte de expertos; teniendo estos resultados favorables se ha aplicado la herramienta de forma aleatoria en la muestra antes mencionada. La investigación tiene como objetivo identificar el nivel de calidad de servicio un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021. Finalmente, se concluye que al obtener el 27,2 % existe un nivel desfavorable de calidad de servicio de los agremiados en un Colegio Regional Profesional de Junín del periodo 2021, con una edad promedio de 39 años, dividido en un 56,8 % del sexo masculino y el 43,2 % del sexo femenino. Con respecto a la dimensión elementos tangibles, se obtuvo 49,6 %, que demuestra un nivel desfavorable; la dimensión fiabilidad obtuvo 31,6 %, que indica un nivel desfavorable; la dimensión capacidad de respuesta obtuvo 40,8 %, que señala un nivel desfavorable; la dimensión seguridad obtuvo 36 %, que demuestra un nivel muy desfavorable; y la dimensión empatía obtuvo 37,6 %, que indica un nivel desfavorable, estableciendo una mala calidad de servicio.

Palabras clave: calidad de servicio, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad.

ABSTRACT

Applied research has been designed, using the scientific method, with a descriptive research design. We worked with a population of 2,000 members, using a probabilistic sampling, to obtain a sample made up of 250 members in a Regional Professional Association of Junín, period 2021. The technique used to collect information is the survey and the tool used is the Service Quality Questionnaire, based on the SERVQUAL model, prior to its application was subjected to a reliability process through Cronbach's Alpha, the same which was 0.883, in addition to obtaining an average of 0.85 assessment by experts; having these favorable results, the tool has been applied randomly in the aforementioned sample. The objective of the research is to identify the level of quality of service of a regional professional college of Junín for the period 2021. Finally, it is concluded that by obtaining 27.2 % there is an unfavorable level of quality of service of the members in a Regional Professional College of Junín period 2021, with an average age of 39 years, divided into 56.8 % male and 43.2 % female. Regarding the tangible elements dimension, 49.6 % was obtained, which demonstrates an unfavorable level, the reliability dimension obtained 31.6 %, which demonstrates an unfavorable level, the responsiveness dimension obtained 40.8 %, which demonstrates an unfavorable level, the The security dimension obtained 36 %, which shows a very unfavorable level, and the empathy dimension obtained 37.6 %, which shows an unfavorable level, establishing a poor quality of service.

Keywords: Quality of service, reliability, responsiveness, security, empathy and tangibility.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT.....	v
INTRODUCCIÓN	x
Capítulo I	15
Planteamiento de Estudio.....	15
1.1. Planteamiento y formulación del problema	15
1.2. Formulación del Problema.....	16
1.3. Objetivos de la Investigación	17
1.4. Justificación del Estudio.....	17
Capítulo II.....	19
Marco Teórico.....	19
2. 1 Antecedentes del Problema.....	19
2.1.1. Internacionales	19
2.1.2. Nacionales.....	20
2.2. Bases Teóricas	22
2.2.1. Calidad.....	22
2.2.2. Servicio	23
2.2.3. Calidad de servicio	24
2.2.4. Dimensiones de calidad de servicio.....	27
2.2.5. Calidad de servicio desde una Perspectiva Psicosocial.....	28
2.2.6. Calidad de servicio desde una perspectiva conductista	29
2.2.7. Modelos explicativos de la calidad de servicio	30

2.3. Definición de Términos Básicos	33
Capítulo III.....	34
Diseño Metodológico.....	34
3.1. Variables	34
3.2. Enfoque de la Investigación.....	34
3.3. Tipo de Investigación.....	34
3.4. Nivel de Investigación	35
3.5. Método de la Investigación.....	35
3.5.1. <i>Método general</i>	35
3.5.2. <i>Método específico</i>	35
3.6. Diseño de Investigación.....	35
3.7. Población y Muestra	36
3.8. Aspectos Éticos.....	38
3.9. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	38
Capítulo IV.....	46
Resultados	46
4.1. Presentación de Resultados.....	46
4.1.1. <i>Resultados descriptivos de los datos generales</i>	46
4.1.2. <i>Resultados descriptivos de la variable calidad de servicio en la muestra total</i>	47
4.1.2. <i>Resultados descriptivos de la variable calidad de servicio según género.</i>	53
Capítulo V	62
Discusión.....	62
Conclusiones	66
Recomendaciones	68
Bibliografía	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Baremos del cuestionario de calidad de servicio</i>	43
Tabla 2 <i>Estadísticos de la edad de la muestra de estudio</i>	46
Tabla 3 <i>Distribución del género de la muestra de estudio</i>	47
Tabla 4 <i>Distribución de categorías de la dimensión elementos tangibles</i>	48
Tabla 5 <i>Distribución de categorías de la dimensión fiabilidad</i>	49
Tabla 6 <i>Distribución de categorías de la dimensión capacidad de respuesta</i>	50
Tabla 7 <i>Distribución de categorías de la dimensión seguridad</i>	51
Tabla 8 <i>Distribución de categorías de la dimensión empatía</i>	52
Tabla 9 <i>Distribución de categorías de la variable calidad de servicio</i>	53
Tabla 10 <i>Distribución de la dimensión elementos tangibles según sexo</i>	54
Tabla 11 <i>Distribución de la dimensión fiabilidad según sexo</i>	56
Tabla 12 <i>Distribución de la dimensión capacidad de respuesta según sexo</i>	57
Tabla 13 <i>Distribución de la dimensión seguridad según sexo</i>	58
Tabla 14 <i>Distribución de la dimensión empatía según sexo</i>	59
Tabla 15 <i>Distribución de la variable calidad de servicio según sexo</i>	61

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Gráfico de tortas del género de la muestra de estudio	47
<i>Figura 2.</i> Distribución por categorías de la dimensión elementos tangibles	48
<i>Figura 3.</i> Distribución por categorías de la dimensión fiabilidad	49
<i>Figura 4.</i> Distribución por categorías de la dimensión capacidad de respuesta	50
<i>Figura 5.</i> Distribución por categorías de la dimensión seguridad	51
<i>Figura 6.</i> Distribución por categorías de la dimensión empatía	52
<i>Figura 7.</i> Distribución por categorías de la variable calidad de servicio	53
<i>Figura 8.</i> Distribución por categorías de la dimensión elementos tangibles según sexo	55
<i>Figura 9.</i> Distribución por categorías de la dimensión fiabilidad según sexo	56
<i>Figura 10.</i> Distribución por categorías de la dimensión capacidad de respuesta según sexo	57
<i>Figura 11.</i> Distribución por categorías de la dimensión seguridad según sexo	58
<i>Figura 12.</i> Distribución por categorías de la dimensión empatía según sexo	60
<i>Figura 13.</i> Distribución por categorías de la variable calidad de servicio según sexo	61

INTRODUCCIÓN

Cada día se viene incrementando nuevas estrategias para mejorar la calidad de servicio por las instituciones, para que de esta manera puedan mejorar la satisfacción de los agremiados, como es el caso del Colegio Regional Profesional de Junín. El desarrollar la calidad de servicio tendría como resultado perfeccionar la experiencia de los agremiados, validar los servicios brindados, crear valor social y mejorar la imagen institucional. Para obtener dicha calidad es fundamental guiar a las instituciones hacia la identificación de necesidades de sus agremiados, necesitando el mayor esfuerzo de los colaboradores y de la institución propiamente dicha obteniendo así una ventaja competitiva.

La calidad del servicio tiene cinco dimensiones y se origina cuando existe una interacción entre el cliente y los elementos de la organización de servicios según Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988). Respecto a la relevancia de este estudio podemos considerar lo planteado por Torres, et al. (2018), quienes manifestaron lo siguiente:

Para que se pueda dar una buena aprobación de los usuarios relacionados con la calidad del servicio, la institución deberá cubrir las expectativas tanto de los aspectos físicos, la calidad de servicio, rapidez del servicio, confianza y la atención personalizada (p. 97).

Es decir, referirse a calidad de servicio no solo involucra el trato al cliente, sino también el hecho de los aspectos tangibles y no tangibles.

En la actualidad, se considera que las instituciones deben organizar estrategias para diferenciarlos de los demás, esto se puede lograr brindando servicios de alta

calidad que satisfacen las necesidades de los agremiados, logrando fidelidad de los mismos.

La principal motivación para realizar el estudio fue el de determinar la calidad de servicio para que de acuerdo con ello pueda existir un precedente y que puedan plantear nuevas estrategias para reforzarlas. Por otro lado, en comparación con otras instituciones, dicha variable no ha sido tomada en cuenta para su estudio. Es así que, la calidad de servicio desempeña un papel muy importante en el sostenimiento y desarrollo de las instituciones, es por ello que se eligió esta variable.

El objetivo de la presente investigación es identificar el nivel de calidad de servicio de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021. El enfoque fue cuantitativo, de tipo aplicado, de nivel descriptivo, utilizando el método científico, con un diseño no experimental de corte transversal. Para lo cual se realizó la validación del instrumento SERVQUAL, el tipo de muestreo para obtener la muestra fue probabilístico aleatorio simple, de la cual se obtuvo así 250 agremiados.

La investigación tendrá como alcance los últimos dos años y contará con ciertas limitaciones, porque hace mucho que no se realizan estudios enfocados en la calidad de servicio.

El presente estudio se divide en cinco capítulos. En el capítulo I, se desarrolla el planteamiento de la investigación, descripción del problema, formulación del problema, los objetivos de la investigación y justificación. En el capítulo II, se desarrollan los antecedentes, bases teóricas y definiciones de términos básicos. En el capítulo III, se desarrolla la metodología de la investigación donde se describe las variables, enfoque de la investigación cuantitativa, tipo de investigación aplicada, nivel de investigación descriptivo, método de investigación científico, diseño de

investigación no experimental de corte transversal, población y la muestra, aspectos éticos, técnicas e instrumentos de recolección, fiabilidad y validez de los instrumentos. En el capítulo IV, se desarrolla la descripción y presentación de resultados. En el capítulo V, se desarrolla la discusión.

Finalmente, se presenta la conclusión, las sugerencias, las referencias bibliográficas y los anexos.

Capítulo I

Planteamiento de Estudio

1.1. Planteamiento y formulación del problema

Hoy en día, podemos observar que los colaboradores dentro de las instituciones afrontan una gran exigencia para brindar una buena calidad de servicio, es así que cada día implica el ir innovando y ofreciendo distintas formas de servicio hacia los agremiados, de manera que se puedan sentir satisfechos. Es así que la calidad de servicio es uno de los aspectos fundamentales que está primando, los mismos que permiten que los agremiados puedan mejorar su relación con la institución, lo que permite fidelizar a cada uno de ellos.

Los últimos años, las personas han estado a la espera de un buen servicio, es así que la revista *Forbes* menciona que “la calidad nunca es un accidente, siempre es el resultado de un esfuerzo de la inteligencia” (p. 2); por lo tanto, es importante considerar los procesos y controles que pueden asegurar la calidad del servicio brindado a los agremiados.

En América Latina, la calidad de servicio es una satisfacción mutua de expectativas entre el cliente y la organización, es por ello que cada día se toma mucha importancia a la interacción y a la retroalimentación entre colaboradores; para que de esta manera, las fases del proceso de servicio puedan mejorar, con el objetivo principal de brindar experiencias únicas a los clientes dentro de la organización (Duque, 2005).

A nivel Nacional, el diario *Gestión* (2019), sobre la base de un estudio realizado por Global Research Marketing (GRM), menciona que calidad de servicio influye en 60 % en decisión de compra de limeños. Es por ello que el 71 % de clientes no suelen regresar a un lugar al no haber recibido una buena experiencia de servicio. Con lo

expresado en líneas anteriores se evidencia la importancia de dar valor al servicio, lo que fue demostrado en un estudio acerca de la satisfacción del consumidor (ISCO) presentado por Indecopi, donde de 100 puntos, Perú obtuvo 61.2 puntos, por debajo de Estados Unidos que presenta 73.8 puntos; esto se debe a la mayor experiencia del país en el ámbito empresarial. Por otro lado, Perú seguirá con los puntajes bajos, porque se sigue manteniendo similar a diez años atrás, ya que los clientes no buscan que superen sus expectativas, lo que permite ser servicios insatisfechos y monótonos (Arellano, 2016).

En la región Junín, no ha sido imprescindible velar por una buena calidad de servicio a sus clientes, a pesar que cada uno de ellos visitan constantemente las tiendas y se convierten en clientes potenciales para las empresas. Es así que es necesaria la opción de establecer una certificación a la calidad de servicio que se brindará a los clientes, constituyendo a partir de ello la “Marca Junín” (Andina).

Por lo señalado, respecto a la situación problemática hallada, el propósito de la presente investigación es determinar la calidad de servicio de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio que reciben los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel de fiabilidad que reciben los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021?
- ¿Cuál es el nivel de capacidad de respuesta que reciben los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021?

- ¿Cuál es el nivel de seguridad que reciben los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021?
- ¿Cuál es el nivel de empatía que reciben los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021?
- ¿Cuál es el nivel de tangibilidad que reciben los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. *Objetivo general*

Determinar el nivel de calidad de servicio que reciben los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.

1.3.2. *Objetivos específicos*

- Identificar el nivel de fiabilidad que reciben los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.
- Identificar el nivel de capacidad que reciben respuesta de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.
- Identificar el nivel de seguridad que reciben los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.
- Identificar el nivel de empatía que reciben los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.
- Identificar el nivel de tangibilidad que reciben los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.

1.4. Justificación del Estudio

La razón por la que se aborda este trabajo de investigación es debido a las quejas constantes por parte de los agremiados, aduciendo que no reciben una buena atención

por parte de los colaboradores de la institución, cabe precisar que esta información fue brindada por el administrador general. Así mismo, no se realizaron investigaciones anteriores; a partir de ello es imprescindible investigar la calidad de servicio del colegio regional profesional de Junín, ya que cumple una función importante como institución, sobre todo en la región centro como Huancayo.

Por tanto, es de suma importancia de la calidad de servicio en el crecimiento de los colegios profesionales, ya que se transforma en una herramienta esencial para la satisfacción del cliente.

Las implicaciones prácticas de la presente investigación son que a medida se ordene, se documente y se comparta el conocimiento originado a través de la calidad de servicio de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021, los directivos, los colaboradores y el decano de la institución podrán incorporarse a una nueva cultura de aprendizaje y en el mediano plazo permitirá facilitar la calidad de atención mediante estrategias de mejora. De esta manera, el colegio ofrecerá a sus agremiados una calidad de servicio, mejorando las experiencias de los mismos.

Asimismo, el valor teórico de la investigación será a partir de dar a conocer los niveles de calidad de servicio de los agremiados, que servirá de base para posteriores investigaciones.

Se considera de utilidad metodológica, porque la investigación puede ayudar a recolectar o analizar datos, y que contribuirá a brindar una buena calidad de servicio.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Antecedentes del Problema

2.1.1. Internacionales

Carlos, Montelongo & Nájera (2010), en su artículo “La Calidad del Servicio de un Centro de Información”, analizaron la calidad de servicio de consulta interna del Centro de Información de una institución de educación superior. Se diseñó un instrumento basado en el modelo SERVQUAL y la muestra estuvo conformada por 346 alumnos. Se concluye que existen necesidad de mejora en la calidad de servicio en general.

Sotelo & Figueroa (2017), en su artículo “El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior 2017”, determinaron la relación que existe entre el clima organizacional y la calidad de servicio percibida por los trabajadores del establecimiento de nivel superior. Investigación utilizando la encuesta como técnica de recolección de datos, la muestra incluye docentes y administrativos del 2.º semestre del 2014. Se concluye que la correlación entre las dos variables es positiva y el modelo de regresión lineal es consistente con los supuestos de los estudios de ciencias sociales.

Cervantes, Stefanell, Peralta, & Salgado (2017), en su artículo “Calidad de servicio en una institución de educación superior en la ciudad de Barranquilla” midieron la calidad del servicio de acuerdo con las necesidades y los requerimientos de los clientes externos en una institución privada de educación superior de la ciudad de Barranquilla. La investigación fue descriptiva y la población estuvo conformada por

todos los estudiantes de programas de administración de empresas y contaduría pública, además la muestra fue de 80 estudiantes. Se concluye que la calidad del servicio dependerá de la experiencia que se genere en el proceso de prestación de servicios de la organización, el pilar fundamental es, por tanto, la mejora continua para diferenciarse de los productos sustitutos.

Reinoso (2015), en su tesis de maestría “Gestión por competencias del talento humano y la calidad de servicio en el departamento de enfermería del hospital básico píllaro”, propusieron un modelo de gestión por competencias del talento humano, mediante el cual permita mejorar la calidad de servicio mediante un enfoque dirigido al ciudadano, acreditando la calidad de servicio y cumpliendo los objetivos del milenio. Se concluye que se debe implementar un modelo de gestión por competencias del talento humano que va a permitir mejorar la calidad de servicio.

Atencio & Gonzáles (2007), en el artículo titulado “Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia”, determinaron la calidad de los servicios que brinda el consejo editorial de la Universidad del Zulia, con base en las percepciones, expectativas y niveles de satisfacción de los usuarios. El tipo de estudio es descriptivo, utilizando un diseño de campo no empírico. Para la recolección de datos se elaboró y aplicó un instrumento que fue la encuesta, 45 usuarios fueron parte del estudio. Se concluye que las expectativas por parte de los usuarios fueron mayores, en comparación con las percibidas, por lo que se muestra un nivel de satisfacción negativo.

2.1.2. Nacionales

Rivera (2019) realizó la tesis de grado titulada “Calidad del servicio que brinda la empresa Elevate Business y estrategias para su mejora 2019”. El objetivo fue

determinar el nivel de calidad del servicio que brinda la empresa en la ciudad de Lima. Se utilizaron métodos descriptivos, cuantitativos y deductivos, se emplearon técnicas de encuesta y los cuestionarios fueron una herramienta aplicada a 250 clientes. Se concluye que presentan un nivel malo. Asimismo, según los resultados obtenidos la empresa no brinda la importancia necesaria a la calidad del servicio, es así que es uno de los puntos de mejora, sobre todo aquellas dimensiones con niveles más bajos.

Lagos (2019) realizó la tesis de grado titulada “Calidad de servicio y satisfacción al usuario de la clínica Zárate, Huancayo, 2019”. El objetivo principal fue determinar la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción al usuario de la clínica Zarate. El estudio de corte transversal, diseño no experimental y la muestra estuvo conformada por 222 usuarios. Asimismo, la técnica que se utilizó fue la encuesta e instrumento el cuestionario. Se concluye que existe relación entre calidad de servicio y satisfacción al usuario en la clínica Zárate.

Alarcón, Zevallos, Arbulú, Baca & Padilla (2018) realizaron la tesis de Maestría titulada “Calidad en el Servicio en las Oficinas de la Región Lima del Banco BBVA Continental para el Público Millennial 2018”. El objetivo de la investigación fue validar y evaluar las dimensiones de la calidad de los servicios, centrando su atención en la percepción de los *millennials* de Lima. El presente estudio, de diseño no experimental, estuvo conformado por 451 encuestas. Además, se aplicó la prueba de SERVQUAL, la cual cuenta con 22 ítems, evaluando antes y después de la ejecución del servicio. Se llega a la conclusión de que existe un impacto significativo en las dimensiones de SERVQUAL, por lo que se infiere que tiene una validez al ser aplicado.

Abanto (2017) realizó la tesis de grado titulada “Gestión institucional y calidad del servicio educativo desde la perspectiva de los padres de familia de estudiantes de secundaria, Institución Educativa Particular Pamer, del distrito de San Miguel, 2017”. El objetivo fue identificar la relación existente entre la gestión institucional y la calidad del servicio educativo. Asimismo, su estudio presentó diseño descriptivo correlacional, con una muestra de 190 padres de familia, evaluando mediante una escala sus perspectivas. Se concluye que existe una correlación directa y muy significativa entre la gestión institucional y la calidad de servicio, es decir, a mayor calidad de la gestión institucional, mayor será la calidad de servicio educativo percibido por los padres.

Redhead (2015) realizó la tesis de maestría titulada “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2015”. El objetivo del estudio fue establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del centro de salud. Además, el estudio fue de corte transeccional, diseño no experimental, de tipo descriptivo correlacional y con una muestra de 317 clientes externos. Asimismo, la recopilación de datos se realizó mediante el cuestionario de calidad de servicio (SERVQUAL) y el cuestionario de satisfacción del cliente externo. Se concluye existe una relación directa y significativa entre la variable calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Calidad

La calidad fue uno de los aspectos importantes que tuvo más énfasis después de la Segunda Guerra Mundial, es así que no solo se logra con la satisfacción de las

necesidades, sino evaluando a partir de ella un factor competitivo; de esta manera es obligatorio estar presente en el servicio percibido, ya que la calidad no es exclusivamente responsabilidad de los colaboradores que brindan servicios, sino de toda la organización (Vargas & Aldana, 2011)

Las normas ISO 9000 (2005) lo define como “el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos” (p. 3). Por otra parte, la Real Academia Española lo conceptualiza como “propiedad o conjunto de propiedad inherentes a una cosa que permiten apreciarla igual, mejor o peor que las restantes de su especie”.

La calidad ha venido tomando importancia a lo largo del tiempo, convirtiéndose en un concepto de mejora continua en cualquier organización, incluyendo todos los niveles y afectando a todas las personas o procesos. Se ha convertido en una pieza fundamental para las instituciones que buscan ser competitivas dentro del mercado y sobre todo ser líder, es así que es una variable que busca estar en constante desarrollo.

2.2.2. Servicio

En la literatura acerca de la variable, se define como un conjunto de actividades, comportamientos o eventos con una secuencia, duración y lugar definidos, que serán logrados con recursos humanos y físicos, brindados a clientes individuales o colectivos, tomando en cuenta procedimientos y comportamientos que tienen un valor económico, aportando así la satisfacción como factor diferenciador (Albrecht, 1994).

2.2.3. *Calidad de servicio*

En el tiempo, pioneros autores como Grönroos (1994), entre otros, advirtieron que la calidad de servicio ha ido tomando un papel muy importante y se fue consolidando como un fenómeno extensamente estudiado.

Es así que, en los inicios de los estudios, existieron dos escuelas: estadounidense y europea. Grönroos (1994) era quien lideraba la Escuela Nórdica de Marketing y Servicios, comenzando a estudiar a la calidad de servicio, siendo sus principales trabajos publicados durante los años 1982 y 1984, proponiendo dos subprocesos para que puedan acercarnos al entendimiento acerca de la calidad de servicio:

- *Rendimiento instrumental.* Se considera el resultado técnico del proceso de prestación de servicios. Este se considera el primer requisito para poder satisfacer al cliente, pero aún no es suficiente, por lo que surge el segundo proceso.
- *Rendimiento expresivo.* Es un análisis del proceso de interacción entre clientes y empleados.

Es esta manera que sustenta la calidad de servicio, mediante estos subprocesos, que se a su vez está conformada por tres dimensiones:

- *Calidad técnica o calidad de resultados.* Hace referencia a lo que recibe un cliente en el momento exacto en que interactúa con una organización de prestación de servicios. Grönroos (1994) menciona que esta dimensión es relativamente objetiva ya que está incluyendo aspectos tangibles de calidad

- *Calidad funcional o calidad del proceso.* Se refiere a los beneficios obtenidos en la forma en que se presta el servicio. Esta dimensión se centra en la experiencia del cliente, es decir, el proceso ligado a la interacción que tiene el cliente con el personal de servicio.
- *La imagen de la organización.* Esta dimensión hace referencia a que el cliente elabora una imagen de la organización de servicio, mediante los canales de comunicación.

Por otro lado, la escuela estadounidense empezó a tener crecimiento con el Instituto de Ciencias del Marketing en los 80's del siglo pasado, por tres investigadores: Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988). En 1985, estos autores presentan su modelo de calidad de servicio, en la cual su metodología consistía en recopilar información a través de entrevistas a personas, teniendo dos perspectivas en el momento de entender calidad de servicio: organización-colaboradores y cliente. Llegando a cinco tipos de discrepancias:

- *Posicionamiento.* Se refiere a las brechas que existen entre las expectativas de los clientes sobre la calidad del servicio y las percepciones de lo que esperan los clientes.
- *Especificación.* Son diferencias existentes entre la percepción acerca de las expectativas de sus clientes y el modo en que los colaboradores deberían brindar el servicio.
- *Prestación del servicio.* Se refiere a las diferencias de cómo se debería brindar el servicio y la manera en que se brinda.
- *Comunicación.* Son las discrepancias entre lo que se ofrece o promete al consumidor.

- *Percepciones frente a expectativas.* Según Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988), este es el único punto en que se encuentra directamente relacionado con la calidad de servicio, ya que refiere a las diferencias existentes entre las expectativas del cliente y la percepción de éste. Considerado el más importante para medir la calidad del servicio.

Ante lo expuesto, podemos identificar que existen antecedentes previos, pero estas dos escuelas realizaron los primeros esfuerzos por investigar la calidad de servicio de un modo sistemático. Se puede encontrar una similitud importante en las dos escuelas: considerar los aspectos tangibles del servicio y la interacción entre clientes y colaboradores, teniendo en cuenta el proceso de prestación del servicio. Por otro lado, es un tema que se ha convertido en estrategia, lo que permite fidelizar a los clientes y fortalecer su lealtad a las instituciones.

Uno de los indicadores que ha venido tomando relevancia en el desempeño de los colaboradores que tienen contacto con el usuario es la calidad de servicio, sin dejar de lado a la organización en su conjunto. Es así que va a influir directa o indirectamente sobre el desarrollo de las organizaciones (Anderson, Fornell, & Lehmann, 1994). De esta manera, hablar de calidad de servicio, hará referencia al trabajo en equipo, con base en la confianza y una buena cultura organizacional de servicio.

2.2.3.1. Conceptualización de Calidad de servicio

Calidad de servicio como comparativa entre expectativas y las percepciones del cliente. Los clientes construyen sus expectativas sobre el rendimiento de un producto o servicio antes de realizar una compra. Una vez hecho esto, el cliente comparará las expectativas con la realidad, como resultado provocará conformidad o disconformidad con cualquier caso del producto o servicio. La aceptación de las expectativas se produce cuando el producto es el esperado (Liljander & Strandvik, 1995). Por otro lado, tenemos a las percepciones del cliente, en la que se hace énfasis en lo que el cliente está recibiendo, eso quiere decir, su percepción de la atención.

Es así que para la presente investigación se basará directamente desde la perspectiva de los agremiados para obtener de manera objetiva los resultados.

2.2.4. Dimensiones de calidad de servicio

Se ha desarrollado una estructura de calidad de servicio y una escala para medir el constructo SERVQUAL (1988). Durante los primeros trabajos, los autores llegaron a establecer hasta diez dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, competencia, acceso, cortesía, comunicación, credibilidad, seguridad, conocimiento del cliente, y tangibles. A pesar de ello, observaron que se debían hacer mejoras, es así que tras varias revisiones y mejoras, los autores concluyeron en cinco dimensiones que se medían a través de la escala SERVQUAL. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

- *Elementos tangibles.* Son los aspectos físicos del servicio (instalaciones, equipo y apariencia del personal).
- *Fiabilidad.* Se define como la capacidad de brindar el servicio exactamente como se prometió.

- *Capacidad de respuesta.* Se refiere a la voluntad de ayudar a los clientes y la rapidez en la prestación del servicio.
- *Seguridad.* Enfatiza el conocimiento y la cortesía de los colaboradores, así como su capacidad para infundir confianza y seguridad en los clientes.
- *Empatía.* Hace referencia a la atención personalizada de los clientes.

2.2.5. Calidad de servicio desde una Perspectiva Psicosocial

Entendemos a la calidad como la búsqueda de la excelencia, es por ello que la definición va a tener distintas perspectivas al largo del tiempo, de esta manera Reeves & Bednar (1994) plantearon cuatro enfoques acerca de la calidad:

- *Calidad como excelencia.* Hace referencia a la búsqueda de la excelencia. El concepto va a favorecer en el compromiso de los colaboradores y a su vez, en la satisfacción del cliente que va a solicitar algún tipo de producto o servicio.
- *Calidad como valor.* Desde este enfoque se busca que pueda existir una eficacia interna y una eficacia externa, es decir incluir la calidad en sí misma como los costes que supone seguir. Una buena relación entre ambas permitiría mejorar el enfoque de calidad. Y de esta manera mejorar los procesos y las estructuras de los bienes y servicios.
- *Calidad como ajuste especificaciones.* Esta perspectiva tiene dos objetivos: primero, identificar los deseos del cliente y traducirlos en características físicas. En segundo lugar, orientar la producción de manera estandarizada para lograr las características de calidad deseadas. Este enfoque está asociado al desarrollo de procedimientos que orienten y

mejoren la producción de bienes y la prestación de servicios. (Sánchez R., 2008)

- *Calidad como satisfacción de las expectativas del consumidor.* Según este enfoque, la calidad va a ser el grado de satisfacción que se logra del cliente. Cada persona va a percibir de manera distinta, es por ello que se debe manejar los juicios subjetivos para que de esta manera se pueda mejorar el producto o servicio brindado.

En esta última conceptualización de la calidad es en la que la mayoría de los investigadores se han enfocado, ya que es una búsqueda constante de satisfacer sus necesidades mediante una buena calidad de servicio, haciendo énfasis en los consumidores y en la experiencia de satisfacción o no ser servicio brindado.

2.2.6. Calidad de servicio desde una perspectiva conductista

Condicionamiento clásico

La persona asociará dos estímulos presentados de forma simultánea y continua. A medida que la persona adquiere repetidamente un servicio de alta calidad, se produce el aprendizaje de condicionamiento clásico (Watson, 1976).

Condicionamiento operante

La persona asocia la respuesta voluntaria con sus consecuencias positivas o negativas. Dependiendo del resultado, la respuesta de la persona mejora, disminuye o extinga. Cuando un comportamiento conduce repetidamente a una consecuencia agradable, es probable que el comportamiento se repita; pero si el comportamiento conduce a una consecuencia desagradable, el comportamiento tenderá a disminuir o

incluso a desaparecer. Este proceso de aprendizaje se basa en la ley de Thorndik (Watson, 1976).

Aprendizaje observacional o vicario

El aprendizaje depende de estímulos internos, pero completamente de estímulos externos, donde la persona aprende de forma indirecta, es decir, observando las consecuencias del comportamiento de los demás. De esta forma, el usuario elegirá un servicio en particular según el estímulo externo aprendido por la observación (Bandura, 1976).

Dadas las perspectivas planteadas, la más adecuada al estudio y que nos permite entender como es el ciclo de la atención al cliente desde la perspectiva conductista, es el condicionamiento operante, ya que ante el estímulo planteado que sería la atención brindada por parte de los colaboradores, éste causará una respuesta y a su vez una consecuencia, ya sea positiva (refuerzo) o negativa (castigo) por parte de los agremiados, de esta manera se puede ver si regresan por una buena atención o no por una mala experiencia.

2.2.7. Modelos explicativos de la calidad de servicio

Modelo de calidad del servicio y modelo de gestión del producto-servicios de Grönroos

Se enfoca en la comparación entre expectativas y servicios recibidos, es así que Grönroos identifica un modelo en el que la calidad total percibida es el resultado de una comparación entre el servicio esperado y el servicio experimentado y en el que la imagen de la organización adquiere un alto grado de relevancia. Considerando que la calidad del servicio es una variable multidimensional formada por dos componentes

uno técnico o de resultado y otro funcional relacionados con el proceso y estos componentes están relacionados. (Grönroos, 1994)

Modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) y Modelo Ampliado de la Calidad de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1988, 1991)

Es uno de los modelos más aceptados, teniendo como punto de inicio a Grönroos, es así que establecen una herramienta de medición de la calidad de servicio, denominada SERVQUAL, que busca medir la calidad de servicio de expectativas con diez dimensiones inicialmente que incluyen tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalismo, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación y comprensión. Siendo considerada el comienzo de la escuela de calidad de servicio de América del Norte.

Después de recibir críticas de Parasuraman, Zeithaml y Berry en (1988), y ser respaldadas por investigaciones cuantitativas, se realizó estudios estadísticos de análisis factorial y simplificó el modelo anterior a cinco (5) dimensiones: empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y elementos tangibles.

A partir de las dimensiones planteadas y su respectivo instrumento de evaluación de la calidad de servicio, se plantearon 22 preguntas desde el punto de vista asociada a sus expectativas y el mismo número de ítems sobre sus percepciones del servicio recibido, evaluando en una escala de Likert de siete puntos, conformando así de 44 ítems. De esta manera cuando las expectativas son superadas, el servicio se considera excepcional. El no cumplir con las expectativas del usuario, el servicio se considera deficiente y, por último, cuando se cumple exactamente el nivel de

expectativas de usuario, se considera un servicio de calidad satisfactoria (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

Modelo Service Performance SERVPERF de Cronin y Taylor (1992)

El modelo SERVPERF nació tras las críticas por parte de diferentes autores al modelo SERVQUAL, especialmente en cuanto a su escala de medidas esperadas. Cronin y Taylor (1992) lo propusieron como un modelo alternativo para evaluar la calidad del servicio basado únicamente en la percepción del usuario sobre el desempeño del servicio. En esta escala se descarta las expectativas, utilizando una escala similar a la del SERVQUAL por lo que emplea sus 22 ítems que evaluarán solo las percepciones, simplificando el proceso.

Esta escala descarta el uso de las expectativas en esta evaluación. Utiliza una escala similar a la del SERVQUAL, por lo que emplea sus 22 ítems para evaluar solo las percepciones, simplificando así este proceso (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Justifican esto señalando que hay poca evidencia de que los usuarios califiquen la calidad del servicio como la diferencia entre expectativas y percepciones, y agregan que existe una tendencia a calificar las expectativas lo más alto posible.

Dado los modelos propuestos, para la presente investigación es conveniente utilizar el modelo SERVQUAL, bajo la evaluación del SERVPERF, es decir, medir la percepción de los agremiados tomando en cuenta las mismas dimensiones de ambas pruebas.

2.3. Definición de Términos Básicos

Calidad. Se refiere al cumplimiento sistemático de los requisitos, para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes o usuarios (Vargas & Aldana, 2011).

Servicio. Conjunto de actitudes que definen comportamientos dirigidos a satisfacer a los clientes en relación con sus intereses (Mora, 2011).

Calidad de servicio. El cumplimiento de un servicio con las especificaciones y expectativas del cliente (Mora, 2011).

Empatía. Cuidar de la atención individualizada que la empresa brinda a sus clientes (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

Elementos tangibles. Instalaciones físicas, equipo y apariencia (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

Confiabilidad. Capacidad para realizar el servicio prometido de manera confiable y precisa (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

Capacidad de respuesta. Disposición para ayudar a los clientes y brindar un servicio rápido (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

Seguridad. Conocimiento del servicio y la capacidad de brindar confianza (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

Capítulo III

Diseño Metodológico

3.1. Variables

Una variable de estudio, según Hernández, Fernández, & Baptista (2010), es “es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (p. 25).

Variable 1: Calidad de servicio

3.2. Enfoque de la Investigación

La presente investigación se sostiene en el enfoque cuantitativo para medir el nivel de calidad de servicio de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010), el enfoque cuantitativo “utiliza la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p. 4).

3.3. Tipo de Investigación

El tipo de investigación aplicada o tecnológica se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, tiene como finalidad la resolución de problemas prácticos con el objetivo de transformar las condiciones de acto social y mejorar la calidad (Oseda, y otros, 2015).

3.4. Nivel de Investigación

El estudio es de nivel descriptivo, el cual tiene la finalidad de indagar la incidencia de modalidades o niveles de una o más variables en una población determinada y su procedimiento radica en la descripción de esas variables a partir de su ubicación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

3.5. Método de la Investigación

3.5.1. Método general

En la presente investigación se empleará el método científico. Para Oseda y otros (2015), Este método es un conjunto de acciones sistemáticas con fines propios, sustentados en un marco teórico o marco de referencia, que trabaja sobre la realidad objetiva, una nueva organización del conocimiento, teorías, modelos y procedimientos de comportamiento, métodos o modificación de los existentes.

El presente método ayudó con la facilidad de información científica útil y ordenada acerca de la calidad de servicio.

3.5.2. Método específico

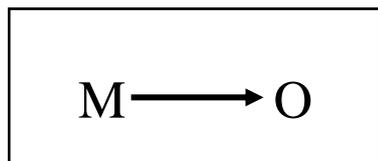
Se uso el método descriptivo y método estadístico. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) el método descriptivo “busca especificar propiedades, características y aspectos importantes de cualquier fenómeno que se estudie” (p. 80). Y según Ary, Jacob y Razaviech (1993), “los métodos estadísticos describen los datos y características de una población o fenómeno de estudio” (p. 76).

3.6. Diseño de Investigación

La investigación pertenece al diseño no experimental de corte transversal.

El diseño no experimental consiste en observar el fenómeno tal cual en su contexto natural para posteriormente realizar el análisis y no se procederá con la manipulación intencional de las variables (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Por lo tanto, los datos se recopilarán en un determinado y único momento, con el propósito de describir la variable.



Donde:

M = Muestra

O = Observación de la muestra

3.7. Población y Muestra

Población

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 174), “la población es el conjunto de individuos que concuerdan con determinadas especificaciones”.

Por tanto, la población son todos los agremiados de un Colegio Regional Profesional De Junín del periodo 2021, el cual está conformado por 2000 personas.

Muestra

Hernández, Fernández, & Baptista (2010), menciona que “la muestra es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos, y debe ser representativo de ésta” (p. 173).

La muestra se obtuvo por el tipo de muestreo probabilístico y está conformada por 323 agremiados de un Colegio Regional Profesional De Junín del periodo 2021, obteniendo una tasa de respuesta de 250 y calculando es de 78 %.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “una muestra probabilística es un subgrupo de una población en que todos los elementos de ésta tienen la misma posibilidad de ser elegidos” (p. 176).

La técnica de muestreo probabilístico es el muestreo aleatorio simple, utilizando la fórmula para poblaciones finitas:

Cuya fórmula es:

$$n = \frac{K^2 p q N}{E^2 (N-1) + K^2 p q}$$

Donde:

n: tamaño necesario de la muestra de clientes.

N: Universo o población

Z: nivel de confianza o margen de confiabilidad (para este caso: 95 % de confianza Z=1,96)

P: es la proporción de la población que tiene la característica de interés que nos interesa medir.

q: es la proporción de la población que no tiene la característica de interés

e: error de estimación

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * 2000}{0.005^2 (2000-1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 323 \text{ agremiados}$$

3.8. Aspectos Éticos

Para recopilar información de una muestra determinada, se debe solicitar autorización del administrador del Colegio Regional de Licenciados en Administración de Junín, la misma que fue aceptada; por ello, en la sección de anexos adjunto las respectivas constancias de autorización y aplicación, emitiéndose constancias de conformidad que fueron proporcionados los directivos del colegio regional de la muestra probabilística del estudio.

La gestión de la información se realiza con la máxima confidencialidad y fiabilidad, presentando la información resultante en forma personal y textual.

3.9. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.9.1. Técnicas

Definen una encuesta como un medio para obtener respuestas a problemas en reglas descriptivas, como casos en los que la relación de las variables, a través de la recolección de datos, sigue un diseño definido. técnica de encuesta (Tamayo, 2003).

En la presente investigación la recolección de datos se realizó de forma virtual, ya que nos encontrábamos en estado de emergencia en nuestro país a causa del COVID-19, es así que se redactó el cuestionario y consentimiento informado en la encuesta *online*: Google forms, la cual se encuentra registrada en el siguiente *link*:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScO3R8WGrFZRjfOsqz_zoQHL3dbGT-KGf_xfRYD6xdwArLhA/viewform

3.9.2. Instrumento de recolección de datos

El estudio utilizó un cuestionario sobre aspectos del fenómeno que deben ser evaluados y considerados importantes, además, nos permite dar respuesta a las cuestiones de interés a medir, reducir el hecho al número de casos importantes y definir el objetivo del estudio (Tamayo, 2003).

Para ello se adaptó la prueba a la población para que se logre el resultado con mayor precisión.

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) identificaron una herramienta a varias escalas, cuya investigación muestra un alto grado de confiabilidad y validez en las áreas estudiadas. La herramienta les permite validar el modelo teórico, ya que se utiliza para medir cuantitativamente la brecha entre expectativas y percepciones, y con esto, los administradores de servicios de información pueden identificar oportunidades de asociación para la mejora.

Los autores de SERVQUAL han desarrollado la herramienta para que se adapte a las características de cada sector de servicios y tenga en cuenta las características específicas de la empresa (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

Ficha técnica del instrumento (peruana)

Autor: Emilio Cabello L, Jesús L. Chirinos

Año: 2012

Ciudad: Lima, Perú.

Aplicación: 18 años en adelante

Administración: individual o grupal

Duración: 20 minutos

Estructuración: 21 ítems

Dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad

Interpretación: niveles de medición: calidad de servicio deficiente, regular y bueno.

Aspectos psicométricos

Validez. Para confirmar la validación, se utilizó el análisis factorial exploratorio por componentes principales, seguido de la rotación Varimax. La hipótesis sobre la aplicación del análisis factorial se probó mediante el índice de KaiserMeyer-Olkin (KMO) y la prueba de demanda de Bartlett (29). Los valores entre 0,5 y 1,0 se consideran apropiados para un índice KMO y p etlt significativo; 0,05 para la prueba de esfericidad de Bartlett (Cabello & Chirinos, 2012).

Confiabilidad. La confiabilidad de la encuesta se exploró mediante la determinación del coeficiente alfa de Cronbach, interpretándose como buena confiabilidad a valores $> 0,7$. (Cabello & Chirinos, 2012)..

Ficha técnica del instrumento (adaptación)

Nombre: Calidad de servicio

Autor: Anyhela Natalia Galvan Ninamango

Año: 2021

Ciudad: Huancayo, Perú.

Aplicación: 18 años en adelante

Administración: individual o grupal

Duración: 15 minutos

Estructuración: 20 ítems

Normas de puntuación y corrección. Antes de corregir el instrumento, se debe revisar que todos los ítems estén contestados, así verificar si existe algún error, para tales efectos el instrumento ha sido revisado por expertos, los mismos que han validado, codificando las respuestas de la siguiente manera:

1= Fuertemente en desacuerdo

2= Muy en desacuerdo

3= En desacuerdo

4= Indiferente

5= De acuerdo

6= Muy de acuerdo

7= Fuertemente de acuerdo

Baremos de interpretación: Si el instrumento contiene 20 ítems distribuidos en puntaje y niveles, su respectiva descripción sería:

Dimensiones

Elementos tangibles: debe sumar los números con los que se ha valorado las preguntas 1, 2, 3, 4.

Fiabilidad: debe sumar los números con los que se ha valorado las preguntas 5, 6, 7, 8, 9.

Capacidad de respuesta: debe sumar los números con los que se ha valorado las preguntas 10, 11, 12, 13.

Seguridad: debe sumar los números con los que se ha valorado las preguntas 14, 15, 16, 17

Empatía: debe sumar los números con los que se ha valorado las preguntas 18, 19, 20.

Para el cálculo de baremos se procedió a dividir la suma de la variable calidad de servicio y sus dimensiones en 3 cortes para obtener 4 partes iguales (percentiles) de ahí se obtuvieron los límites de las categorías.

Tabla 1

Baremos del cuestionario de calidad de servicio

Categoría	Percentiles	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía	Calidad de servicio
Muy desfavorable	1	9	9	6	5	8	41
	5	12	17	13	13	10	70
	10	14	19	14	-	11	75
	15	-	-	16	16	12	80
	20	-	20	17	18	13	84
Desfavorable	25	-	21	18	-	-	90
	30	16	22	-	-	14	93
	35	-	-	-	19	-	95
	40	18	23	19	-	-	97
	45	19	-	-	-	-	98
Favorable	50	-	-	-	-	-	99
	55	-	24	-	-	-	-
	60	-	-	-	-	-	100
	65	-	-	-	20	15	101
	70	20	25	20	21	-	102
Muy favorable	75	21	26	21	-	-	103
	80	22	-	22	-	16	105
	85	22	27	-	22	17	108
	90	23	28	23	23	-	111
	95	24	30	24	26	18	118
	99	28	34	28	28	21	139
	Media	18,69	23,65	19,38	19,62	14,66	96,01
	Mínimo	8	5	4	4	6	31
	Máximo	28	35	28	28	21	140

Para saber el nivel de calidad de servicio, se tiene la siguiente tabla donde se visualizará la equivalencia de baremos:

NIVELES				
DIMENSIÓN	Muy desfavorable	Desfavorable	Favorable	Muy favorable
Elementos tangibles	≤16	17-20	20	≥22
Fiabilidad	≤21	22-24	25-26	≥27
Capacidad de respuesta	≤18	19-20	21	≥22
Seguridad	≤19	20	21-22	≥23
Empatía	≤14	15	16	≥17
Calidad de servicio	≤90	91-99	100-103	≥104

Interpretación. Puntuaciones elevadas en elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, son indicativas de una buena calidad de servicio.

Puntuaciones bajas en elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, son indicativas de una mala calidad de servicio.

Aspectos psicométricos

Validación del instrumento: Respecto a la validez de los instrumentos, este se hizo por el método de juicio de expertos (ver anexo 3) del cual se extrae el siguiente cuadro:

Coeficiente de Validez	0.85
------------------------	------

Ahora bien, teniendo de referencia a Oseda, y otros (2015), los valores hallados son comprendidos entre la siguiente tabla:

0, 53 a menos	Validez nula
0,54 a 0,59	Validez baja
0,60 a 0,65	Válida
0,66 a 0,71	Muy válida
0,72 a 0,99	Excelente validez
1,0	Validez perfecta

El instrumento tiene una validez de contenido de 0.85, por lo que se concluye que su validez es excelente, lo que permite realizar la siguiente etapa de aplicabilidad.

Confiabilidad del instrumento: Para el cálculo de la confiabilidad del instrumento se aplicó la prueba piloto conformada por 20 agremiados, y el estadígrafo fue el alfa de Cronbach.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N.º de elementos
0,9029	20

Fuente: Resumen de procesamiento de datos

Ahora bien, teniendo de referencia a Oseda y otros (2015), los valores hallados en la siguiente tabla:

0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,0	Confiabilidad perfecta

Como se obtuvo en la variable calidad de servicio 0,9029, el instrumento tiene una excelente confiabilidad y procede su aplicación al total de la muestra seleccionada.

Capítulo IV

Resultados

4.1. Presentación de Resultados

En esta sección se consideran los principales resultados del estudio.

4.1.1. Resultados descriptivos de los datos generales

En la tabla 2 se observa los estadísticos de la edad de la muestra de estudio teniendo lo siguiente:

Media aritmética. La edad promedio es de 39,81 años.

Desviación estándar. La dispersión de la edad de la muestra de estudio es de 8,941 años con respecto a la edad promedio (39,81 años).

Tabla 2

Estadísticos de la edad de la muestra de estudio

N	Válido	250
	Perdidos	0
Media		39,81
Desv. Desviación		8,941
Mínimo		23
Máximo		60

En la tabla 3, se muestra distribución del sexo de la muestra de estudio, donde el 56,8 % de agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación son de sexo masculino y 108 son de sexo femenino, siendo el 43,8 %.

Tabla 3

Distribución del género de la muestra de estudio

	fi	%
Masculino	142	56,8
Femenino	108	43,2
Total	250	100,0

En la figura 1 se muestra la distribución del sexo de la muestra de estudio donde el 56,8 % de agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación son de sexo masculino y 43,2 % son de sexo femenino.

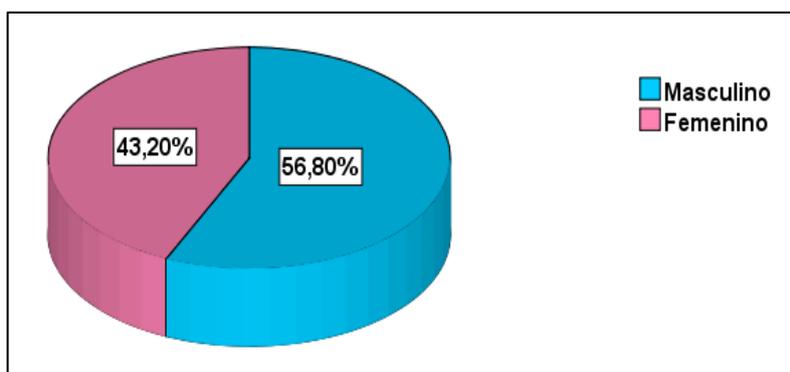


Figura 1. Gráfico de tortas del género de la muestra de estudio

4.1.2. Resultados descriptivos de la variable calidad de servicio en la muestra total

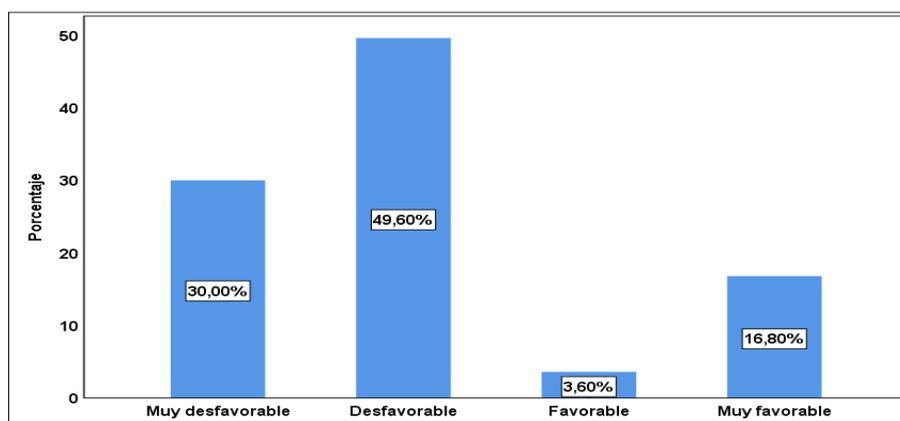
En la tabla 4 se muestra la distribución en categorías de la dimensión elementos tangibles, donde se muestra que 124 agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación tienen una percepción desfavorable, 75 consideran muy desfavorable, 42 muy favorable y 9 favorable.

Tabla 4

Distribución de categorías de la dimensión elementos tangibles

	fi	%
Muy desfavorable	75	30,0
Desfavorable	124	49,6
Favorable	9	3,6
Muy favorable	42	16,8
Total	250	100,0

En la figura 2 se muestra la distribución en categorías de la dimensión elementos tangibles, donde se muestra que el 49,6 % de los afiliados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación tienen una percepción desfavorable, 30 % consideran muy desfavorable, 16,8 % muy favorable y 3,6 % favorable.

*Figura 2.* Distribución por categorías de la dimensión elementos tangibles

En la tabla 5 se muestra la distribución en categorías de la dimensión fiabilidad, donde se muestra que 79 afiliados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación tienen una percepción desfavorable, 66 consideran muy desfavorable, 53 favorable y 52 muy favorable.

Tabla 5

Distribución de categorías de la dimensión fiabilidad

	fi	%
Muy desfavorable	66	26,4
Desfavorable	79	31,6
Favorable	53	21,2
Muy favorable	52	20,8
Total	250	100,0

En la figura 3 se muestra la distribución en categorías de la dimensión fiabilidad, donde se muestra que 31,6 % de los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación tienen una percepción desfavorable, 26,4 % consideran muy desfavorable, 21,2 % favorable y 20,8 % muy favorable.

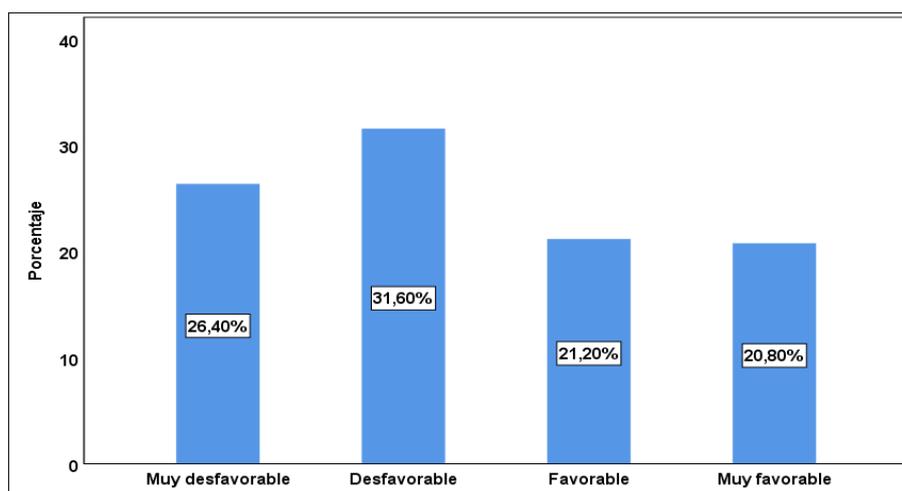


Figura 3. Distribución por categorías de la dimensión fiabilidad

En la tabla 6 se muestra la distribución en categorías de la dimensión capacidad de respuesta, donde se presenta que 102 agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación tienen una percepción desfavorable, 66 consideran muy desfavorable, 53 favorable y 52 muy favorable.

Tabla 6

Distribución de categorías de la dimensión capacidad de respuesta

	fi	%
Muy desfavorable	74	29,6
Desfavorable	102	40,8
Favorable	19	7,6
Muy favorable	55	22,0
Total	250	100,0

En la figura 4 se muestra la distribución en categorías de la dimensión capacidad de respuesta, donde se presenta que 40,8 % de los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación tienen una percepción desfavorable, 29,6 % consideran muy desfavorable, 22 % muy favorable y 7,6 % muy favorable.

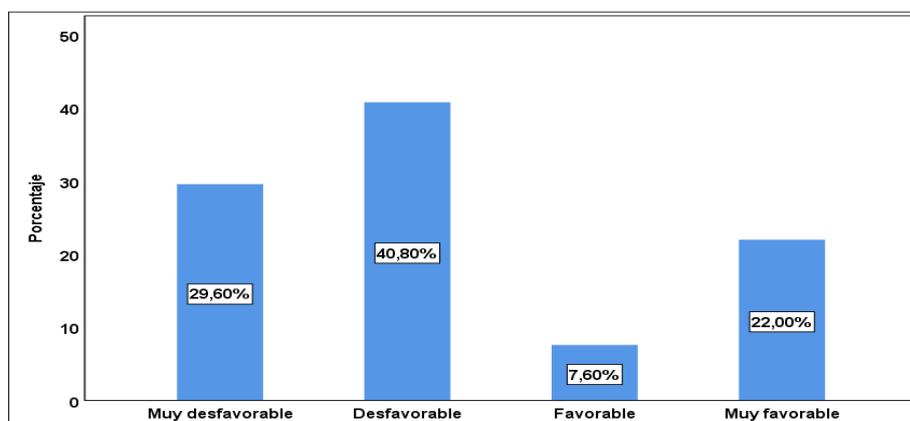


Figura 4. Distribución por categorías de la dimensión capacidad de respuesta

En la tabla 7 se muestra la distribución en categorías de la dimensión seguridad, donde se aprecia que 90 agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación tienen una percepción muy desfavorable, 76 consideran desfavorable, 50 favorable y 34 muy favorable.

Tabla 7

Distribución de categorías de la dimensión seguridad

	fi	%
Muy desfavorable	90	36,0
Desfavorable	76	30,4
Favorable	50	20,0
Muy favorable	34	13,6
Total	250	100,0

En la figura 5 se muestra la distribución en categorías de la dimensión seguridad, donde se presenta que 36 % de los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación tienen una percepción muy desfavorable, 30,4 % consideran desfavorable, 20 % favorable y 13,6 % muy favorable.

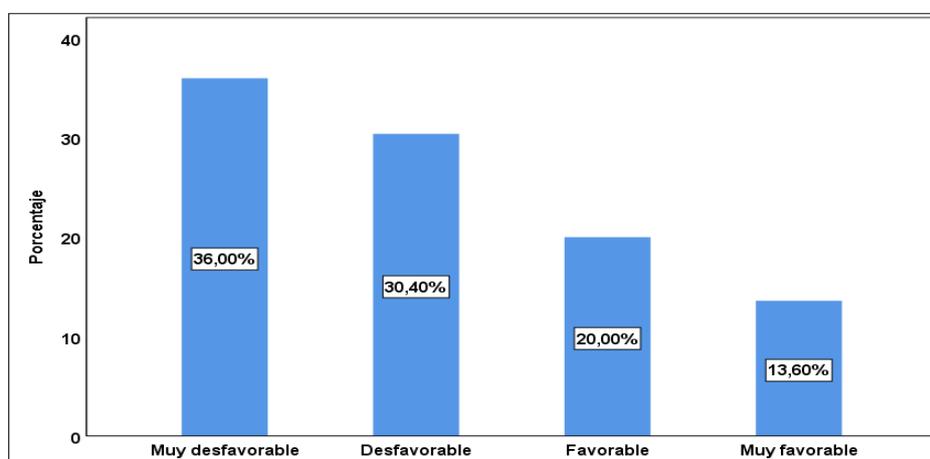


Figura 5. Distribución por categorías de la dimensión seguridad

En la tabla 8 se muestra la distribución en categorías de la dimensión empatía, donde se aprecia que 94 agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación tienen una percepción desfavorable, 80 consideran muy desfavorable, 43 muy favorable y 33 favorable.

Tabla 8

Distribución de categorías de la dimensión empatía

	fi	%
Muy desfavorable	80	32,0
Desfavorable	94	37,6
Favorable	33	13,2
Muy favorable	43	17,2
Total	250	100,0

En la figura 6 se muestra la distribución en categorías de la dimensión empatía, donde se presenta que 37,6 % de los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación tienen una percepción desfavorable, 32 % consideran muy desfavorable, 17,2 % muy favorable y 13,2 % muy favorable.

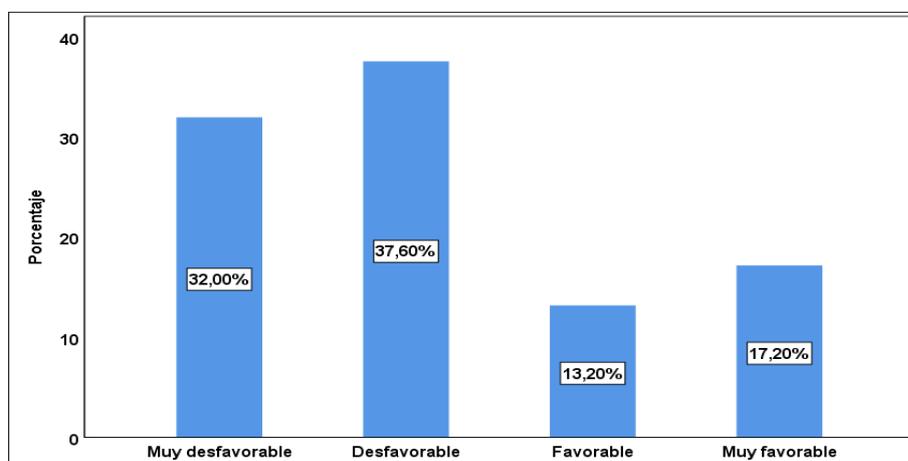


Figura 6. Distribución por categorías de la dimensión empatía

En la tabla 9 se muestra la distribución en categorías de la variable calidad de servicio, donde se aprecia que 68 agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación tienen una percepción desfavorable, 63 consideran muy desfavorable, 62 muy favorable y 57 favorable.

Tabla 9

Distribución de categorías de la variable calidad de servicio

	fi	%
Muy desfavorable	63	25,2
Desfavorable	68	27,2
Favorable	57	22,8
Muy favorable	62	24,8
Total	250	100,0

En la figura 7 se muestra la distribución en categorías de la variable calidad de servicio, donde se presenta que 27,2 % de los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación tienen una percepción desfavorable, 25,2 % consideran muy desfavorable, 24,8 % muy favorable y 22,8 % favorable.

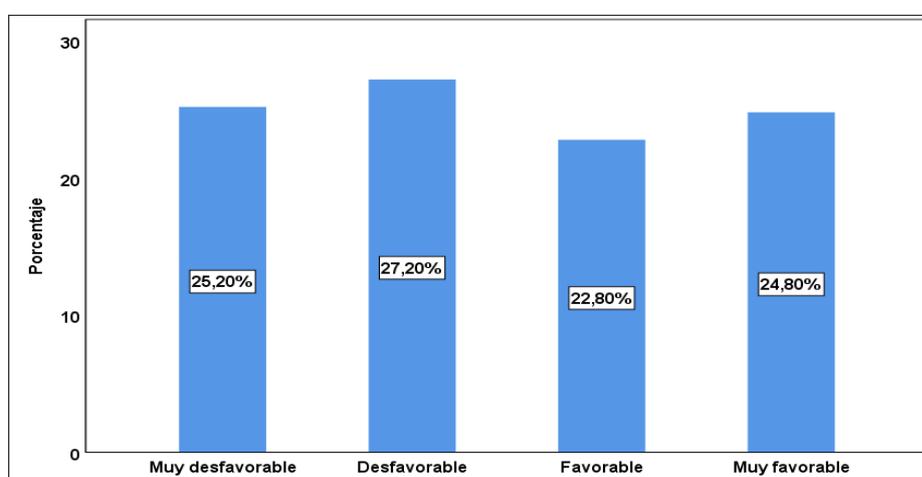


Figura 7. Distribución por categorías de la variable calidad de servicio

4.1.2. Resultados descriptivos de la variable calidad de servicio según género

En la tabla 10 y figura 8 se presenta la distribución de frecuencias de la dimensión elementos tangibles según sexo:

- En los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación de la muestra de sexo masculino (n=142) se observa que el 27,5 % (39) calificaron muy desfavorable en cuanto a la dimensión elementos tangibles, 58 % (83) desfavorable y 14,1 % (20) muy favorable.
- En los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación de la muestra de sexo femenino (n=108) se observa que el 33,3 % (36) calificaron muy desfavorable en cuanto a la dimensión elementos tangibles, 38 % (41) desfavorable, 8,3 % (9) y 20,4 % (22) muy favorable.

Tabla 10

Distribución de la dimensión elementos tangibles según sexo

	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino		fi	%
Elementos tangibles	fi	%	fi	%		
Muy desfavorable	39	27,5	36	33,3	75	30
Desfavorable	83	58,5	41	38	124	49,6
Favorable	0	0	9	8,3	9	3,6
Muy favorable	20	14,1	22	20,4	42	16,8
Total	142	100	108	100	250	100

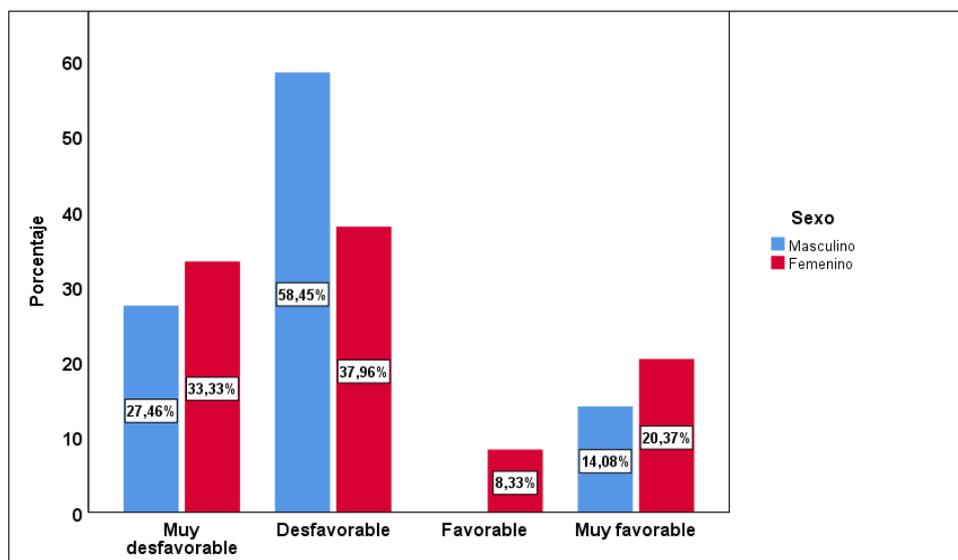


Figura 8. Distribución por categorías de la dimensión elementos tangibles según sexo

En la tabla 11 y figura 9 se presenta la distribución de frecuencias de la dimensión fiabilidad según sexo:

- En los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación de la muestra de sexo masculino (n=142) se observa que el 25,4 % (36) calificaron muy desfavorable en cuanto a la dimensión fiabilidad, 31 % (44) desfavorable, 23,2 % (33) favorable y 20,4 % (29) muy favorable.
- En los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación de la muestra de sexo femenino (n=108) se observa que el 27,8 % (30) calificaron muy desfavorable en cuanto a la dimensión fiabilidad, 32,4 % (35) desfavorable, 18,5 % (20) favorable y 21,3 % (23) muy favorable.

Tabla 11

Distribución de la dimensión fiabilidad según sexo

Fiabilidad	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino		fi	%
	fi	%	fi	%	fi	%
Muy desfavorable	36	25,4	30	27,8	66	26,4
Desfavorable	44	31	35	32,4	79	31,6
Favorable	33	23,2	20	18,5	53	21,2
Muy favorable	29	20,4	23	21,3	52	20,8
Total	142	100	108	100	250	100

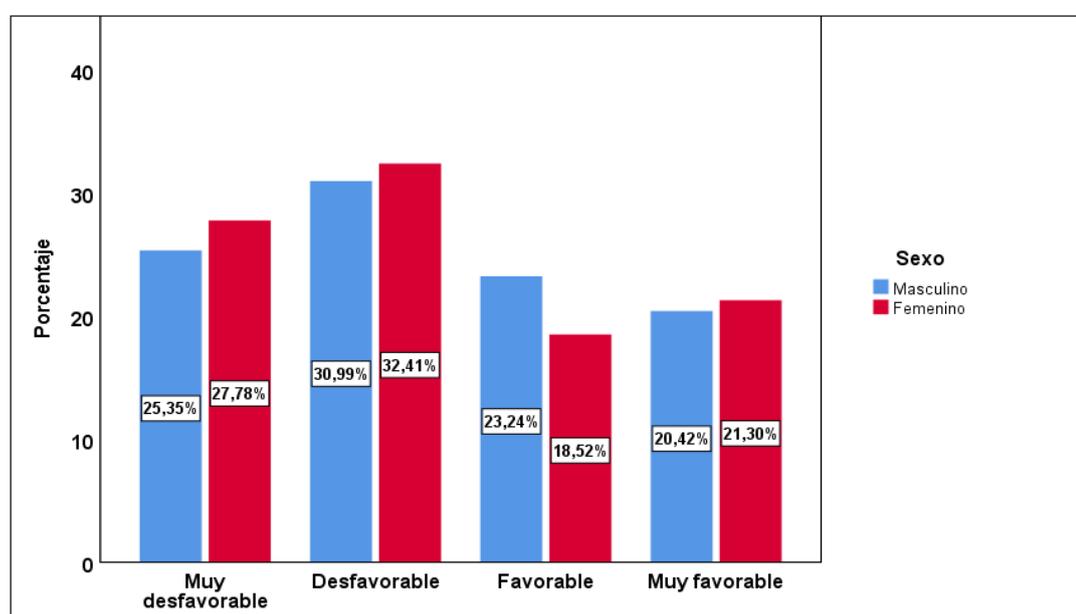


Figura 9. Distribución por categorías de la dimensión fiabilidad según sexo

En la tabla 12 y figura 10 se presenta la distribución de frecuencias de la dimensión capacidad de respuesta según sexo:

- En los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación de la muestra de sexo masculino (n=142) se observa que el 27,5 % (36) calificaron muy desfavorable en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta, 45,1 % (64) desfavorable, 7 % (10) favorable y 20,4 % (29) muy favorable.

- En los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación de la muestra de sexo femenino (n=108) se observa que el 32,4 % (35) calificaron muy desfavorable en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta, 35,2 % (38) desfavorable, 8,3 % (9) favorable y 24,1 % (26) muy favorable.

Tabla 12

Distribución de la dimensión capacidad de respuesta según sexo

Capacidad de Respuesta	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino		fi	%
	fi	%	fi	%	fi	%
Muy desfavorable	39	27,5	35	32,4	74	29,6
Desfavorable	64	45,1	38	35,2	102	40,8
Favorable	10	7	9	8,3	19	7,6
Muy favorable	29	20,4	26	24,1	55	22
Total	142	100	108	100	250	100

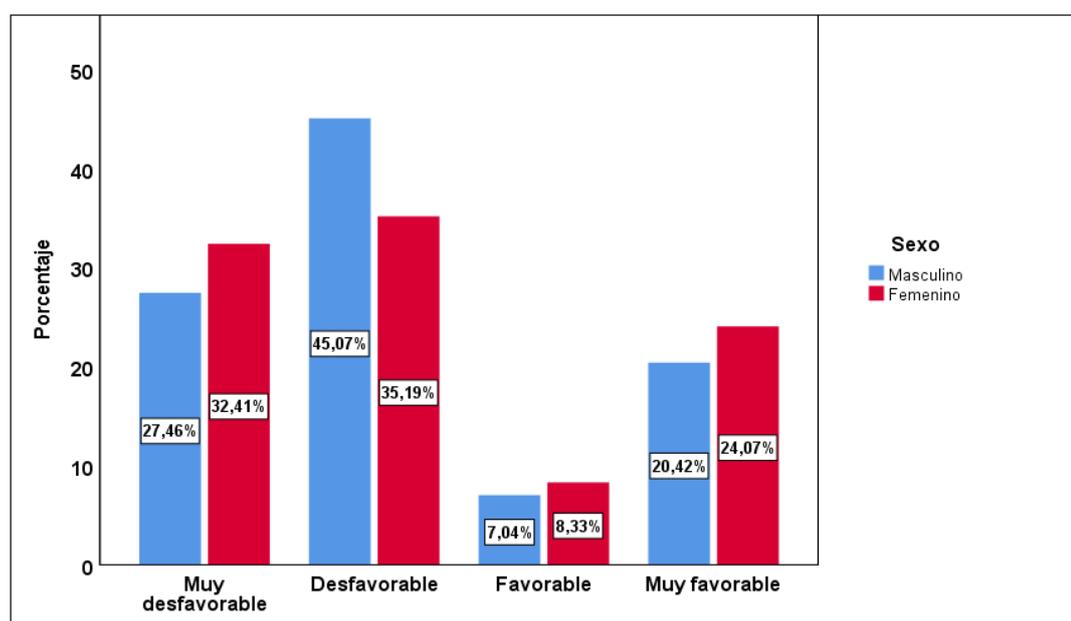


Figura 10. Distribución por categorías de la dimensión capacidad de respuesta según sexo

En la tabla 13 y figura 11 se presenta la distribución de frecuencias de la dimensión seguridad según sexo:

- En los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación de la muestra de sexo masculino (n=142) se observa que el 31 % (44) calificaron muy desfavorable en cuanto a la dimensión seguridad, 30,3 % (43) desfavorable, 23,2 % (33) favorable y 15,5 % (22) muy favorable.
- En los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación de la muestra de sexo femenino (n=108) se observa que el 42,6 % (46) calificaron muy desfavorable en cuanto a la dimensión seguridad, 30,6 % (33) desfavorable, 15,7 % (17) favorable y 11,1 % (12) muy favorable.

Tabla 13

Distribución de la dimensión seguridad según sexo

Seguridad	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino		fi	%
	fi	%	fi	%	fi	%
Muy desfavorable	44	31	46	42,6	90	36
Desfavorable	43	30,3	33	30,6	76	30,4
Favorable	33	23,2	17	15,7	50	20
Muy favorable	22	15,5	12	11,1	34	13,6
Total	142	100	108	100	250	100

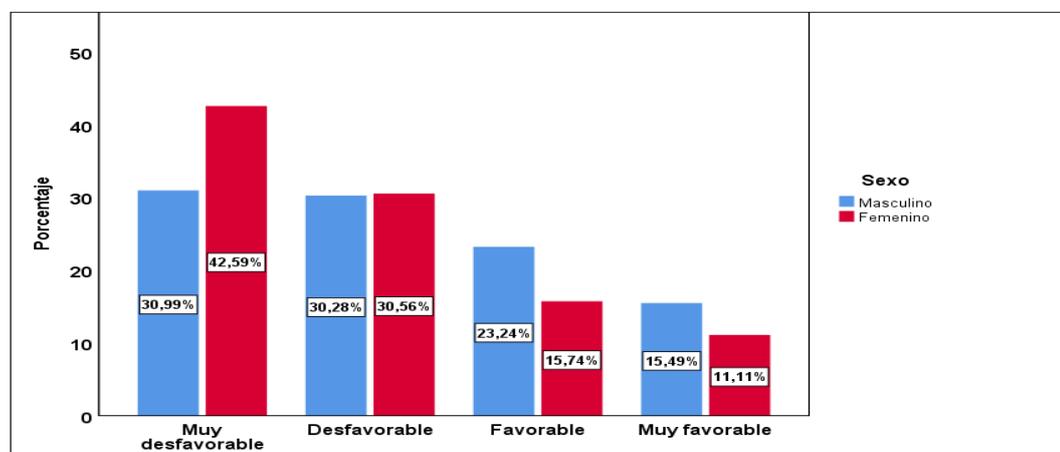


Figura 11. Distribución por categorías de la dimensión seguridad según sexo

En la tabla 14 y figura 12 se presenta la distribución de frecuencias de la dimensión empatía según sexo:

- En los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación de la muestra de sexo masculino (n=142) se observa que el 31 % (44) calificaron muy desfavorable en cuanto a la dimensión empatía, 35,2 % (50) desfavorable, 14,1 % (20) favorable y 19,7 % (28) muy favorable.
- En los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación de la muestra de sexo femenino (n=108) se observa que el 33,3 % (36) calificaron muy desfavorable en cuanto a la dimensión empatía, 40,7 % (44) desfavorable, 12 % (13) favorable y 13,9 % (15) muy favorable.

Tabla 14

Distribución de la dimensión empatía según sexo

Empatía	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino		fi	%
	fi	%	fi	%	fi	%
Muy desfavorable	44	31	36	33,3	80	32
Desfavorable	50	35,2	44	40,7	94	37,6
Favorable	20	14,1	13	12	33	13,2
Muy favorable	28	19,7	15	13,9	43	17,2
Total	142	100	108	99,9	250	100

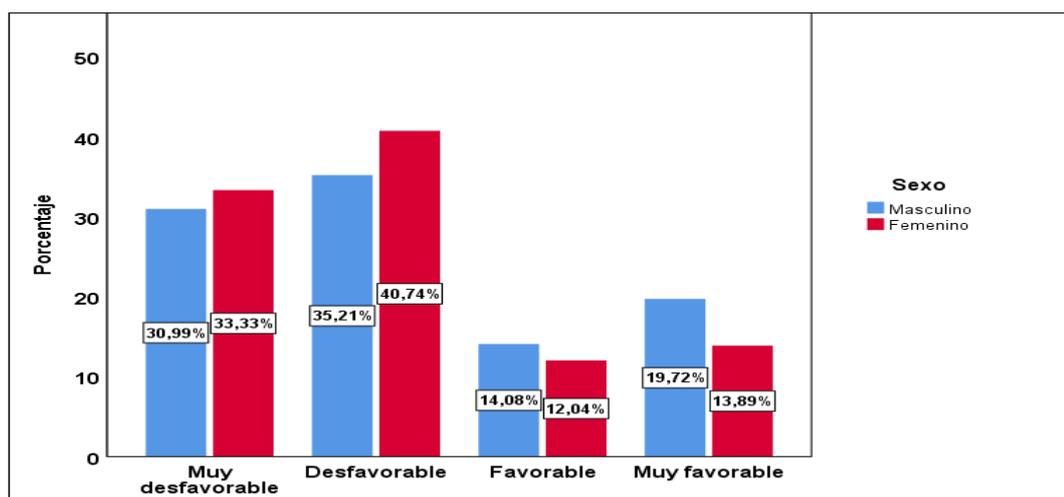


Figura 12. Distribución por categorías de la dimensión empatía según sexo

En la tabla 15 y figura 13 se presenta la distribución de frecuencias de la variable calidad de servicio según sexo:

- En los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación de la muestra de sexo masculino (n=142) se observa que el 22,5 % (32) calificaron muy desfavorable en cuanto a la variable calidad de servicio, 28,5 % (40) desfavorable, 26,8 % (38) favorable y 22,5 % (32) muy favorable.
- En los agremiados de un colegio regional profesional de Junín que participaron en la investigación de la muestra de sexo femenino (n=108) se observa que el 28,7 % (31) calificaron muy desfavorable en cuanto a la variable calidad de servicio, 25,9 % (28) desfavorable, 17,6 % (19) favorable y 27,8 % (30) muy favorable.

Tabla 15

Distribución de la variable calidad de servicio según sexo

Calidad de servicio	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino		fi	%
	fi	%	fi	%	fi	%
Muy desfavorable	32	22,5	31	28,7	63	25,2
Desfavorable	40	28,2	28	25,9	68	27,2
Favorable	38	26,8	19	17,6	57	22,8
Muy favorable	32	22,5	30	27,8	62	24,8
Total	142	100	108	100	250	100

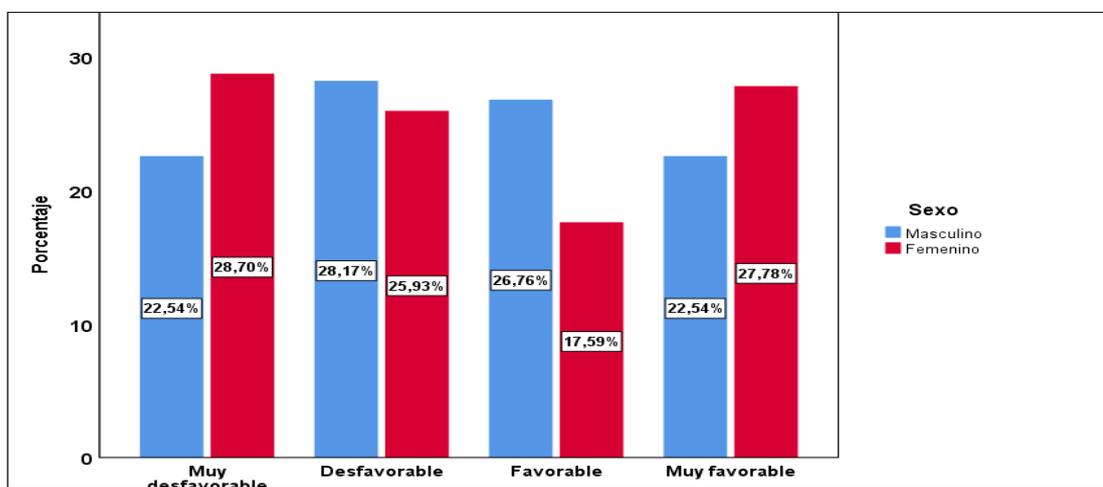


Figura 13. Distribución por categorías de la variable calidad de servicio según sexo

Capítulo V

Discusión

En este capítulo, se examinan los resultados hallados en la muestra de estudio, en referencia a otras teorías y resultados encontrados en otras investigaciones, de forma que se establezcan similitudes o diferencias sobre el mismo tema de investigación que servirá para la construcción de las conclusiones.

En la presente investigación se encontró que la calidad de servicio percibido por los agremiados de un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021, donde se halló que el 27,2 % de los agremiados presentan una percepción desfavorable de la calidad de servicio, lo que indica una congruencia entre la cinco dimensiones, encontrando una similitud con los resultados de Rivera (2019), en su investigación titulada “Calidad del servicio que brinda la empresa Elevate Business y estrategias para su mejora 2019”, donde determina que el nivel de calidad global fue de 61,2 % de un total de 100 %, presentando un nivel bajo. Esta similitud se debe a que en ambas investigaciones la calidad de servicio es desfavorable y cuenta con una mala aprobación de los usuarios es por ello que queda demostrado que tanto los aspectos físicos, la calidad de atención, la rapidez del servicio, confianza y la atención personalizada no cubren las expectativas de los usuarios.

Sobre la base de los resultados obtenidos en esta investigación sobre la dimensión elementos tangibles, se encuentra entre uno de los aspectos que promueven la calidad de servicio de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021 se halló que el 49,6 % tiene una percepción desfavorable, seguido de un 30,0 % que lo percibe a nivel muy desfavorable. Los resultados encontrados

coinciden con lo hallado por Carlos, Montelongo, & Nájera (2010) en su artículo titulado “La Calidad del Servicio de un Centro de Información”, donde afirma que la dimensión de elementos tangibles en relación con las instalaciones, equipos y apariencia del personal fueron percibidos negativamente. Esta semejanza en los resultados alcanzados es debido a que ambas instituciones mantienen los aspectos físicos, comodidad e infraestructura en mal estado. Guardando así una percepción negativa en relación con todo lo observable por los sentidos de los usuarios. Dado que la percepción se entiende como el proceso cognitivo de la conciencia e incluye el reconocimiento, la interpretación y el significado para emitir juicios sobre las sensaciones que surgen del entorno físico y social. Es así que, si los agremiados tienen una percepción negativa de los recursos físicos, emitirán juicios de valor desfavorables hacia el servicio prestado (Melgarejo, 1994).

De igual importancia, por los resultados encontrados se afirma que la calidad de servicio percibida por los agremiados en la dimensión de fiabilidad, se obtiene que el 31,6 % responde a nivel desfavorable y con una percepción del 26,4 %, que corresponde a un nivel muy desfavorable; en similitud con la investigación de Carlos, Montelongo, & Nájera (2010), en su artículo titulado “La Calidad del Servicio de un Centro de Información”, en la cual los autores determinaron que la dimensión fiabilidad presentó un nivel desfavorable. Esta semejanza en los resultados es dada porque ambas instituciones no tienen la habilidad de brindar un servicio adecuado, dejando insatisfechos las expectativas de los usuarios.

Así mismo, dado los resultados hallados de la dimensión capacidad de respuesta percibida por los agremiados, se obtuvo un 40,8 % que corresponde a un nivel desfavorable y un 29,6 % con una percepción muy desfavorable; en afinidad

con la investigación de Atencio y Gonzáles (2007) titulada “Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia”, en la cual dichos autores concuerdan que en la dimensión capacidad de respuesta presentó un nivel desfavorable. Es así que la similitud en los resultados se debió a que ambas instituciones no brindan el soporte adecuado, calidad de atención y rapidez en la prestación del servicio hacia los usuarios.

En relación con la dimensión seguridad, se obtuvo como uno de los aspectos de confianza que fueron percibidos por los agremiados en un colegio regional profesional de Junín, se halló que el 36,0 % es percibido en un nivel muy desfavorable y seguido del 30,4 % que percibe en un nivel desfavorable; de acuerdo con la investigación de Redhead (2015) titulada “Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2015”, donde los autores determinaron que en ambas instituciones en la dimensión seguridad fueron percibidos negativamente. Esta semejanza es hallada ya que los servicios fueron brindados con falta de amabilidad y cortesía, impidiendo a los usuarios familiarizarse con confianza dentro de los establecimientos.

Por último, los resultados que fueron obtenidos en la dimensión empatía corresponden en un 37,6 % a nivel desfavorable y un 32,0 % a nivel muy desfavorable; lo cual guarda afinidad con la investigación de Carlos, Montelongo, & Nájera (2010) en su artículo titulado “La Calidad del Servicio de un Centro de Información”, donde se estableció que la dimensión empatía fue percibida de manera negativa. Es así que la similitud en los resultados se debió a que en ambas instituciones la calidad de servicio prestado a los usuarios no fue de manera personalizada ni orientada a los mismos.

Por otro lado, se pudo encontrar una diferencia con respecto al artículo de Cervantes, Stefanell, Peralta, & Salgado (2017) titulado “Calidad de servicio en una institución de educación superior en la ciudad de Barranquilla”, donde se identificó un nivel de calidad de servicio satisfecho, marcando la diferencia con otras instituciones en cuanto a brindar una buena calidad de servicio y por ende enfrentar los cambios que en la actualidad exigen en el mundo, no solo hacia el interior, sino también hacia los factores externos.

En conclusión, se hallaron una mayor parte de coincidencias encontradas entre los resultados y nuestro marco teórico, es decir, que existe un fundamento para cada una de las dimensiones establecidas, lo que contribuye a la formulación de conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones

1. La investigación concluye que existe una mala calidad de servicio de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021; eso quiere decir que presenta un nivel de percepción desfavorable acerca de la calidad de servicio de su colegio.
2. La percepción de calidad de servicio de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021 presenta un nivel desfavorable, apreciándose de que las atenciones brindadas a cada uno de los agremiados no han satisfecho las necesidades.
3. Se determinó que el 31,6 % de la muestra presenta la dimensión de fiabilidad, ubicándose en un nivel desfavorable; se afirma que perciben de manera incorrecta las atenciones de los colaboradores dentro de la institución.
4. Se determinó que el 56,8 % de muestra es de sexo masculino; y el restante de un 43,2, % del sexo femenino, siendo la edad promedio de 39 años entre ambos sexos. Asimismo, se determinó que el 49,6 % de la muestra, presenta la dimensión de elementos tangibles con un nivel desfavorable, por lo que se afirma que, no se encuentran cómodos y satisfechos con las instalaciones del colegio.
5. Se determinó que el 40,8 % de la muestra presenta la dimensión capacidad de respuesta en un nivel desfavorable, se afirma que no han recibido apoyo y orientación eficiente durante la prestación del servicio.
6. Se determinó que el 36,0 % de la muestra presenta la dimensión seguridad en un nivel desfavorable, se afirma que no perciben con confianza y seguridad las atenciones brindadas por los colaboradores.
7. Se determinó que el 37,6 % de la muestra presenta la dimensión empatía en un nivel desfavorable, se afirma que no reciben atención personalizada, comprendiendo sus necesidades.
8. La percepción de calidad de servicio de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021 según el sexo masculino con un 28,2 % presenta un nivel desfavorable; mientras que en el sexo femenino con un 28,7 % presenta un nivel muy desfavorable, apreciándose de que las atenciones brindadas a cada uno de los agremiados no han satisfecho las necesidades.

9. Se determinó que de la dimensión fiabilidad, el 25,4 % es del sexo masculino con un nivel muy desfavorable; y el restante del 32,4 %, del sexo femenino con un nivel desfavorables, percibiendo de mala calidad los del sexo masculino.
10. Se determinó que de la dimensión elementos tangibles, el 58,5 % es del sexo masculino; y el restante del 38 %, del sexo femenino; ambos con un nivel desfavorable, percibiendo de igual manera los 2 sexos.
11. Se determinó que de la dimensión capacidad de respuesta, el 45,1 % es del sexo masculino; y el restante del 35,2 %, del sexo femenino; ambos percibiendo un nivel desfavorable.
12. Se determinó que de la dimensión seguridad, el 31 % es del sexo masculino; y el restante del 42,6 %, del sexo femenino, ambos percibiendo un nivel muy desfavorable.
13. Se determinó que de la dimensión empatía, el 35,2 % es del sexo masculino; y el restante del 40,7 %, del sexo femenino; ambos percibiendo un nivel desfavorable.

Recomendaciones

- Dividir de manera óptima cada una de las áreas destinadas para mayor tranquilidad de los agremiados, así como un análisis interno de su infraestructura y de sus sistemas en los que trabaja para que se pueda plantear alternativas estratégicas que encaminen al eficaz funcionamiento interno y una adecuada relación con los agremiados.
- Desarrollar un plan de acción dirigido a los colaboradores para mejorar la atención a los agremiados tomando en cuenta las dimensiones planteadas como fuente de mejora, optimizando las actividades y funciones, enfocándose en sus objetivos y empleando los recursos y herramientas que posee la institución.
- Establecer un manual de organización y funciones, para que cada una de las áreas dentro del colegio regional profesional puedan tener más claro las actividades que deben realizar.
- Implementar políticas de seguridad y desarrollar capacitaciones para los colaboradores en cuanto prevención de riesgos, incidentes y accidentes.
- Comprender y orientar a los agremiados de forma personalizada, para lograr comprender las necesidades, escuchando con atención y dejando que pueda expresar sus dudas.
- A los directivos de la institución se les plantea interactuar con los agremiados, ya que con este trato directo se puede identificar con mayor rapidez las necesidades.

Bibliografía

- Abanto, J. (2017). *Gestión institucional y calidad del servicio educativo desde la perspectiva de los padres de familia de estudiantes de secundaria, Institución Educativa Particular PAmer, del distrito de San Miguel 2017*. (Tesis para obtener el grado de licenciada en psicología). UCV.
- Alarcón, A. M., Zevallos, E., Arbulú, J. J., Baca, J. P., & Padilla, P. (2018). Calidad en el servicio en las Oficinas de la Región Lima del Banco BBVA Continental para el Público Millennial. *PUCP*.
- Albrecht, K. (1994). *Todo al poder del cliente*. España: Paidós.
- Anderson, E., Fornell, C., & Lehmann, D. (1994). *Customer satisfaction, make share and profitability*. *Journal of Marketing*.
- Andina. (17 de diciembre de 2009). Región Junín presenta marca que certificará calidad de servicios y productos de la zona. *Andina*. <https://andina.pe/agencia/noticia-region-junin-presenta-marca-certificara-calidad-servicios-y-productos-de-zona-270116.aspx>
- Arellano. (2016). Índice de satisfacción del consumidor peruano (ISCO). *Centrum Católica*, 1.
- Ary, D., Jacob, L., & Razaviech, P. (1993). *Introducción a la investigación pedagógica* (2da ed.). México: Grae Ghill.
- Atencio, E., & Gonzáles, P. (Enero-Abril de 2007). Calidad de servicio en la editorial de la Universidad de Zulia (EDILUZ). *Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), 172-186.
- Bandura, A. (1976). *Teoría del aprendizaje social*. Madrid: España Universitaria.
- Cabello, E., & Chirinos, J. (2012). Validación y aplicabilidad de encuestas SERVQUAL modificadas para medir la satisfacción de usuarios externos en servicios de salud. *Rev Med Hered*, 2(23), 88-89.
- Carlos, C. E., Montelongo, Y., & Nájera, R. (2010). La calidad de servicio en un centro de información. *Conciencia Tecnológica*, 1(40), 5-9.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94415759002>
- Cervantes, V., Stefanell, I., Peralta, P., & Salgado, R. (2017). Calidad de servicio en una institución de educación superior en la ciudad de Barranquilla. *Ciencias Administrativas*, 1(11), 27-40. *FCE-UNLP*.
<http://www.scielo.org.ar/pdf/cadmin/n11/2314-3738-cadmin-11-26.pdf>
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Servperf vs. Servqual: reconciling performance. *Journal of Marketing*, 58(1): 125-131.
- Duque, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad de servicio y sus modelos de medición. *Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64-80.
- Gestión. (14 de setiembre de 2019). Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños. *Diario Gestión*.
- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5ta ed.). México: McGraw-Hill.
- ISO. (2015). Organización Internacional de Normalización: <https://www.iso.org/obp/ui/es/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:es>
- Lagos, S. (2019). Calidad de servicio y satisfacción al usuario de la clínica Zárate- Huancayo 2019. (Tesis para obtener el grado de licenciada en administración). Universidad Continental.
- Liljander, V., & Strandvik, T. (1995). *La naturaleza de las relaciones de los clientes en los servicios*. México: Pearson.
- Melgarejo, L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteriades*, 4(8), 47-53.
- Mora, C. (mayo-agosto de 2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2), 146-162.
- Oseda, D., Chenet, M., Hurtado, D., Chávez, A., Patiño, A., & OSeda, M. (2015). *Metodología de la investigación*. Huancayo: Soluciones gráficas.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 1(64), 12-40. https://www.researchgate.net/profile/Valarie-Zeithaml-2/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-for-measuring-consumer-percep
- Redhead, M. R. (25 de Junio de 2015). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2015*. (Tesis para obtener el grado de maestra en Gestión de los servicios de salud). Cybertesis-UNMSM: <https://hdl.handle.net/20.500.12672/4806>
- Reeves, C. A., & Bednar, C. A. (1994). Defining quality: alternatives and implications. *Academy of Management Review*, 19(3), 419-445.
- Reinoso, M. (2015). Gestión por competencias del talento humano y la calidad de servicio en el departamento de enfermería del Hospital Básico Píllaro. (Tesis para obtener maestría en gestión pública). Repositorio digital de la Universidad Técnica de Ambato. <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/13269/1/MG-GP-2513.pdf>
- Riso, M. (29 de enero de 2020). El servicio al cliente factor de triunfo o fracaso de tu negocio. *Forbes*, 12. <https://www.forbes.com.mx/el-servicio-al-cliente-factor-de-triunfo-o-fracaso-de-tu-negocio/>
- Rivera, M. L. (2019). Calidad del servicio que brinda la empresa elevate business y estrategias para su mejora 2019. (Tesis para optar el título profesional de licenciado en ciencias administrativas). Universidad Nacional de Piura.
- Sánchez, R. (11 de octubre de 2008). La Calidad de Servicio desde un Enfoque psicosocial: Estructura, diferencias individual y análisis multinivel. *Servei de Publicacions*. <https://mobiroderic.uv.es/bitstream/handle/10550/15377/sanchez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Sotelo, J. G., & Figueroa, E. (2017). El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(15), 582-609. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i15.312>
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de la Investigación científica incluye evaluación y administración de proyectos de investigación*. Ciudad de México, México.: Balderas: Limusa, S.A.
- Torres, C., Saleté, M., & Sepúlveda, J. (31 de Julio de 2018). Percepción de la calidad del servicio en un centro de atención primaria de salud chileno. *Revista Ingeniería industrial*, 17(2), 97-109. <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/RI/article/view/3812>
- Vargas, M. E., & Aldana, L. (2011). *Calidad y servicio*. Bogotá D. C.: Ecoe ediciones.
- Watson, J. (1976). *El conductismo*. Buenos Aires: Paidós.

Anexo N.º 1

Matriz de consistencia

TÍTULO PRELIMINAR: CALIDAD DE SERVICIO DE LOS AGREMIADOS EN UN COLEGIO REGIONAL PROFESIONAL DE JUNÍN DEL PERIODO 2021

Problema general. ¿Cuál es el nivel de calidad de servicio de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021?

Objetivo general. Identificar el nivel de calidad de servicio de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.

Problemas específicos

Objetivos específicos

P1: ¿Cuál es el nivel de fiabilidad de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021?

O1: Identificar el nivel de fiabilidad de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.

P2: ¿Cuál es el nivel de capacidad de respuesta de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021?

O2: Identificar el nivel de capacidad de respuesta de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.

P3: ¿Cuál es el nivel de seguridad de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021?

O3: Identificar el nivel de seguridad de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.

P4: ¿Cuál es el nivel de empatía de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021?

O4: Identificar el nivel de empatía de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.

P5: ¿Cuál es el nivel de tangibilidad de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021?

O5: Identificar el nivel de tangibilidad de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín del periodo 2021.

Diseño metodológico			
Muestra	Técnica o tipo de muestreo	Técnicas de recolección de datos	Instrumentos de recolección de datos
250 licenciados	La muestra es de tipo probabilística y la técnica de muestreo probabilístico es el muestreo aleatorio simple.	La técnica para la recolección de datos que se empleará será la encuesta.	Escala de calidad de servicio (SERVQUAL)
Variable		Dimensiones	
Calidad de servicio		<ul style="list-style-type: none"> • Fiabilidad • Capacidad de respuesta • Seguridad • Empatía • Tangibilidad 	
Bibliografía de sustento para la justificación y delimitación del problema (en formato APA)		Bibliografía de sustento usado para el diseño metodológico (en formato APA)	
<p>Riso, M. (29 de enero de 2020). El servicio al cliente: factor de triunfo o fracaso de tu negocio. <i>Forbes</i>. Forbes: https://www.forbes.com.mx/el-servicio-al-cliente-factor-de-triunfo-o-fracaso-de-tu-negocio/</p> <p>Duque, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad de servicio y sus modelos de medición. <i>Redalyc.org</i>, 15(25), 64-80.</p> <p>Gestión. (14 de Setiembre de 2019). Calidad de servicio influye en 60 % en decisión de compra de limeños. <i>Diario Gestión</i>.</p> <p>Arellano. (2016). Índice de satisfacción del consumidor peruano (ISCO). <i>Centrum Católica</i>, 1.</p> <p>Andina. (17 de diciembre de 2009). Anónimo. <i>Andina</i>. https://andina.pe/agencia/noticia-region-junin-presenta-marca-certificara-calidad-servicios-y-productos-de-zona-270116.aspx</p>		<p>Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). <i>Metodología de la investigación 5ta. ed.</i> México: McGraw-Hill.</p> <p>Tamayo, M. (2003). <i>El proceso de la Investigación científica incluye evaluación y administración de proyectos de investigación</i>. Ciudad de México, México.: Balderas: Limusa, S.A.</p> <p>Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. <i>Journal OF Retailing</i>, 1(64), 12-40. https://www.researchgate.net/profile/Valarie-Zeithaml-2/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-for-measuring-consumer-percep</p>	

Anexo N.º2

Matriz de operacionalización de la variable calidad de servicio

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Calidad de servicio (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)	La calidad percibida es el criterio del consumidor sobre la excelencia o superioridad general de una entidad. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)	Es el grado en el que un servicio satisface las necesidades o expectativas que el cliente tiene respecto al servicio.	1. Elementos tangibles	1.1. Nuestro colegio institucional tiene equipos de apariencia moderna.	Escala de medición ordinal: ● Fuertemente en desacuerdo. 1 punto ● Muy en desacuerdo. 2 puntos ● En desacuerdo. 3 puntos ● Indiferente. 4 puntos ● De acuerdo. 5 puntos ● Muy de acuerdo
				1.2. Las instalaciones físicas de nuestro colegio institucional son visualmente atractivas.	
				1.3. Los colaboradores de nuestro colegio institucional tienen apariencia pulcra.	
				1.4. En nuestro colegio institucional, los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos.	
				1.5. Cuando nuestro colegio institucional promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	
				1.6. Cuando un usuario tiene un problema, nuestro colegio institucional muestran un sincero interés en solucionarlo.	
				1.7. Nuestro colegio institucional realiza bien el servicio la primera vez.	
				1.8. Nuestro colegio institucional concluye el servicio en el tiempo prometido.	
				2. Fiabilidad	

	1.9. Nuestro colegio institucional no comete errores.	6 puntos	
	1.10. Nuestro colegio institucional comunica a los usuarios cuando concluirá las realizaciones del servicio.	● Fuertemente de acuerdo	
	1.11. En nuestro colegio institucional, los colaboradores ofrecen un servicio rápido a sus usuarios.	7 puntos	
3. Capacidad de respuesta	1.12. En nuestro colegio institucional, los colaboradores siempre están dispuestos ayudar a los usuarios.		
	1.13. En nuestro colegio institucional, los colaboradores nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los usuarios.		
	1.14. El comportamiento de los colaboradores de nuestro colegio institucional transmite confianza a los usuarios.		
4. Seguridad	1.15. En nuestro colegio institucional se siente seguro en su relación con ellas.		
	1.16. En nuestro colegio institucional los colaboradores son siempre amables con los usuarios.		

1.17. En nuestro colegio institucional, los colaboradores tienen conocimientos suficientes para responder las preguntas de los usuarios.

1.18. Nuestro colegio institucional brinda a sus usuarios una atención individualizada.

5. Empatía

1.19. Nuestro colegio institucional tiene horarios de atención convenientes para todos los usuarios.

1.20. Los colaboradores de nuestro colegio institucional comprenden las necesidades específicas de sus usuarios.

Anexo N.º3

Matriz de validación del instrumento de investigación**JUICIO DE EXPERTO****INSTRUCCIONES:**

A continuación, se presentan una serie de afirmaciones, para lo cual le solicito seleccionar la importancia que usted asignaría a cada ítem en mención en una escala del 1 al 7. Elige una, y solo UNA respuesta para cada oración y coloca un ASPA sobre el número que corresponde a tu respuesta. Por ejemplo, si tu respuesta es “De acuerdo”, haz un ASPA sobre el número 5 en la misma línea de la oración. Esto no es un examen; no existen respuestas buenas o malas.

1	Fuertemente en desacuerdo
2	Muy en desacuerdo
3	En desacuerdo
4	Indiferente
5	De acuerdo
6	Muy de acuerdo
7	Fuertemente de acuerdo

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Escala de calidad de servicio (SERVQUAL).

VARIABLE	DIMENSIÓN	ÍTEM	CLARIDAD					COHERENCIA					SUFICIENCIA					RELEVANCIA					OBSERVACIONES
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Calidad de servicio	Elementos tangibles	1. Nuestro colegio institucional tiene equipos de apariencia moderna.			X						X					X					X		
		2. Las instalaciones físicas de nuestro colegio institucional son visualmente atractivas.				X					X					X					X		

		3.	Los colaboradores de nuestro colegio institucional tienen apariencia pulcra.			X									X					X	
		4.	En nuestro colegio institucional, los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos.				X								X					X	
	Fiabilidad	5.	Cuando nuestro colegio institucional promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.				X								X					X	
		6.	Cuando un usuario tiene un problema, nuestro colegio institucional muestran un sincero interés en solucionarlo.			X									X					X	
		7.	Nuestro colegio institucional realiza bien el servicio la primera vez.				X								X					X	
		8.	Nuestro colegio institucional concluye el servicio en el tiempo prometido.				X								X					X	
		9.	Nuestro colegio institucional no comete errores.				X								X					X	
	Capacidad de respuesta	10.	Nuestro colegio institucional comunica a los usuarios cuando concluirá las realizaciones del servicio.				X								X					X	
		11.	En nuestro colegio institucional, los colaboradores ofrecen un servicio rápido a sus usuarios.				X								X					X	
		12.	En nuestro colegio institucional, los colaboradores siempre están dispuestos ayudar a los usuarios.				X								X					X	
		13.	En nuestro colegio institucional, los colaboradores nunca están				X								X					X	

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO
DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- Nombres y Apellidos del experto : GIANNINA COPELO CRISTOBAL
- Grado académico : DOCTOR
- Especialidad : PSICOLOGIA EDUCATIVA -CLINICA
- Institución donde labora : UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
- Cargo que desempeña : DOCENTE UNIVERSITARIO
- Años de experiencia : 15 AÑOS
- Denominación del instrumento : Escala de Calidad de Servicio - SERVQUAL
- Autor del instrumento : Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry
- Adaptación peruana por : Emilio Cabello 1 , Jesús L. Chirinos

II. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN:

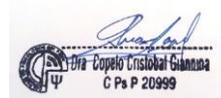
En resumen, cuál es su opinión sobre el instrumento

- ADECUADO
- MEDIANAMENTE ADECUADO
- INADECUADO

III. OBSERVACIONES:

Ninguna

Fecha: 10 de noviembre de 2021



Sello y Firma

DNI N° 41430115

VARIABLE	DIMENSIÓN	ÍTEM	CLARIDAD					COHERENCIA					SUFICIENCIA					RELEVANCIA					OBSERVACIONES			
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
Calidad de servicio	Elementos tangibles	1. Nuestro colegio institucional tiene equipos de apariencia moderna.					x						x						x						x	
		2. Las instalaciones físicas de nuestro colegio institucional son visualmente atractivas.			x					x									x						x	
		3. Los colaboradores de nuestro colegio institucional tienen apariencia pulcra.			x							x			x								x			
		4. En nuestro colegio institucional, los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos.			x					x							x						x			
	Fiabilidad	5. Cuando nuestro colegio institucional promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.					x					x					x						x			
		6. Cuando un usuario tiene un problema, nuestro colegio institucional muestran un sincero interés en solucionarlo.					x					x					x						x			
		7. Nuestro colegio institucional realiza bien el servicio la primera vez.					x					x					x						x			
		8. Nuestro colegio institucional concluye el servicio en el tiempo prometido.					x					x					x						x			
		9. Nuestro colegio institucional no comete errores.					x					x					x						x			
	Capacidad de respuesta	10. Nuestro colegio institucional comunica a los usuarios cuando concluirá las realizaciones del servicio.					x					x					x						x			
		11. En nuestro colegio institucional, los colaboradores ofrecen un servicio rápido a sus usuarios.					x					x					x						x			

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO
DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- Nombres y Apellidos del experto : Luis Martín Tovar Huamani
- Grado académico : Magister
- Especialidad : Psicología organizacional
- Institución donde labora : Universidad Continental
- Cargo que desempeña : Docente
- Años de experiencia : 04 años
- Denominación del instrumento : Escala de Calidad de Servicio - SERVQUAL
- Autor del instrumento : Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry
- Adaptación peruana por : Emilio Cabello 1 , Jesús L. Chirinos

II. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN:

En resumen, cuál es su opinión sobre el instrumento

- ADECUADO
- MEDIANAMENTE ADECUADO
- INADECUADO

III. OBSERVACIONES:

Ninguna

Fecha: 03 de agosto de 2021



Sello y Firma

DNI N° 20428684

VARIABLE	DIMENSIÓN	ÍTEM	CLARIDAD					COHERENCIA					SUFICIENCIA					RELEVANCIA					OBSERVACIONES
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Calidad de servicio	Elementos tangibles	1. Nuestro colegio institucional tiene equipos de apariencia moderna.					X					X					X					X	
		2. Las instalaciones físicas de nuestro colegio institucional son visualmente atractivas.					X					X					X					X	
		3. Los colaboradores de nuestro colegio institucional tienen apariencia pulcra.					X					X					X					X	
		4. En nuestro colegio institucional, los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos.					X					X					X					X	
	Fiabilidad	5. Cuando nuestro colegio institucional promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.					X					X					X					X	
		6. Cuando un usuario tiene un problema, nuestro colegio institucional muestran un sincero interés en solucionarlo.					X					X					X					X	
		7. Nuestro colegio institucional realiza bien el servicio la primera vez.					X					X					X					X	
		8. Nuestro colegio institucional concluye el servicio en el tiempo prometido.					X					X					X					X	
		9. Nuestro colegio institucional no comete errores.					X					X					X					X	
	Capacidad de respuesta	10. Nuestro colegio institucional comunica a los usuarios cuando concluirá las realizaciones del servicio.				X					X					X					X		
		11. En nuestro colegio institucional, los colaboradores ofrecen un servicio rápido a sus usuarios.					X			X					X					X			

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO
DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- Nombres y Apellidos del experto : Jorge Antonio Salcedo Chuquimantari
- Grado académico : Maestro en Educación
- Especialidad : Educación Superior
- Institución donde labora : Universidad Continental
- Cargo que desempeña : Director EAP de Psicología
- Años de experiencia : 10 años
- Denominación del instrumento : Escala de Calidad de Servicio - SERVQUAL
- Autor del instrumento : Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry
- Adaptación peruana por : Emilio Cabello 1 , Jesús L. Chirinos

II. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN:

En resumen, cuál es su opinión sobre el instrumento

- ADECUADO
- MEDIANAMENTE ADECUADO
- INADECUADO

III. OBSERVACIONES:

Ninguna

Fecha: 29 de agosto de 2021



Sello y Firma

DNI N° 41536902

Anexo N.º4

Matriz de datos

Variable X: Calidad de Servicio																															
			X1.Elementos Tangibles					X2.Fiabilidad					X3.Capacidad de respuesta					X4.Seguridad					X5.Empatia			X1.Elementos Tangibles	X2.Fiabilidad	X3.Capacidad de respuesta	X4.Seguridad	X5.Empatia	Calidad de Servicio
ID	Edad	Sexo	i1	i2	i3	i4	i5	i6	i7	i8	i9	i10	i11	i12	i13	i14	i15	i16	i17	i18	i19	i20	Elem_Tang	Fiabilidad	Capac_Rpta	Seguridad	Empatia	Cal_Serv			
1	1	1	5	6	6	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	22	27	20	20	14	103			
2	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100			
3	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100			
4	2	1	6	5	5	6	5	5	5	5	6	3	5	5	5	6	5	5	6	5	5	4	22	26	18	22	14	102			
5	2	2	5	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	26	33	28	28	21	136			
6	1	2	5	3	3	5	5	4	5	4	4	5	3	3	3	3	4	5	4	3	5	3	16	22	14	16	11	79			
7	3	1	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	2	2	3	4	4	4	4	3	4	3	18	21	12	16	10	77			
8	1	1	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	28	34	28	28	21	139			
9	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100			
10	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	24	20	20	15	99			
11	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	24	20	20	15	99			
12	2	2	2	6	6	5	5	3	5	5	2	2	3	5	3	3	5	5	4	5	3	3	19	20	13	17	11	80			
13	2	1	5	5	5	5	4	6	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6	4	20	24	19	20	15	98			
14	4	2	6	6	6	6	7	6	6	7	6	6	7	7	6	7	7	7	6	6	6	6	24	32	26	27	18	127			
15	1	1	5	5	5	5	3	4	4	5	2	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	20	18	18	19	14	89			
16	2	1	3	6	6	3	7	7	6	6	6	7	7	7	3	7	6	6	6	6	6	6	18	32	24	25	18	117			
17	2	2	3	5	5	3	5	5	3	5	1	3	4	5	5	5	3	5	4	5	3	16	19	17	18	12	82				
18	1	2	3	3	3	3	1	2	1	3	3	2	1	2	2	2	2	4	3	2	4	4	12	10	7	11	10	50			
19	2	2	5	5	5	5	4	6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	24	20	20	15	99			
20	3	2	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6	4	18	23	19	20	15	95			
21	2	2	4	4	4	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	5	1	15	5	4	4	10	38			
22	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	20	25	18	20	15	98			
23	2	1	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	16	23	20	18	13	90			
24	2	2	4	4	4	4	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	14	19	16	16	12	77			
25	2	2	4	4	4	4	4	3	5	6	5	2	1	5	5	3	5	2	6	4	5	3	16	21	14	17	10	78			
26	3	1	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	24	35	28	28	19	134			
27	2	1	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	6	5	5	4	5	5	4	20	22	17	20	14	93			
28	2	2	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	21	28	21	20	16	106			
29	3	1	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	17	23	18	15	10	83			
30	1	1	6	6	6	6	7	6	7	6	5	7	6	7	6	7	6	7	6	7	5	6	24	31	26	26	18	125			
31	2	2	5	5	5	5	6	5	3	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	24	22	20	15	101			
32	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100			
33	3	2	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	20	23	18	19	14	94			
34	1	2	5	5	5	5	5	6	6	7	4	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	20	28	20	20	16	104			
35	1	2	1	4	4	4	1	1	1	2	2	3	5	1	2	2	2	1	2	1	3	4	10	9	10	6	8	43			
36	4	1	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	6	5	6	5	6	5	5	18	20	20	22	16	96			
37	3	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	1	8	8	5	4	6	31			

38	4	1	3	4	4	3	3	5	5	3	2	5	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	14	18	16	14	9	71
39	2	1	5	5	5	5	6	6	7	6	5	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	20	30	26	24	18	118
40	3	2	6	6	6	6	5	6	6	5	4	6	6	6	6	6	4	6	6	6	3	6	24	26	24	22	15	111	
41	2	1	3	5	5	6	7	7	6	6	6	7	7	7	6	7	6	7	6	7	6	7	19	32	27	26	20	124	
42	2	2	3	6	6	6	7	5	6	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	6	21	29	20	21	16	107	
43	3	2	5	5	5	6	5	5	6	6	4	3	6	6	5	6	5	6	6	6	5	5	21	26	20	23	16	106	
44	4	2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	24	30	24	24	18	120	
45	2	1	4	5	5	5	4	5	6	5	5	4	5	6	5	5	5	6	5	5	4	5	19	25	20	21	14	99	
46	4	1	5	6	6	6	6	6	7	6	5	5	6	7	6	7	7	7	5	6	7	6	23	30	24	26	19	122	
47	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100	
48	2	2	4	4	4	4	3	4	5	4	3	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	3	16	19	18	18	13	84	
49	2	2	4	1	1	5	5	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	1	11	20	12	12	7	62	
50	1	2	4	3	3	5	3	4	5	5	4	5	4	1	1	6	5	5	5	5	5	4	15	21	11	21	14	82	
51	2	2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	19	24	17	18	14	92	
52	2	1	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	18	25	19	20	14	96	
53	1	2	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	15	17	14	15	10	71	
54	1	2	5	6	6	5	6	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	5	22	27	21	20	17	107	
55	3	1	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	18	21	17	19	12	87	
56	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100	
57	2	1	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	16	19	14	14	11	74	
58	2	2	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	20	22	18	19	15	94	
59	2	2	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	20	27	20	19	15	101	
60	2	1	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	16	17	14	14	12	73	
61	3	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	20	20	19	20	15	94	
62	2	1	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	17	21	19	17	13	87	
63	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	20	16	16	12	80	
64	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	12	17	14	13	12	68	
65	2	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	20	20	18	18	13	89	
66	2	2	5	6	6	6	5	6	5	5	5	6	6	6	5	6	5	6	6	6	5	5	23	26	23	23	16	111	
67	2	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	15	17	14	16	11	73	
68	3	2	5	6	6	4	6	5	5	5	3	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	4	21	24	23	22	15	105	
69	1	2	5	5	5	5	6	6	6	6	5	6	5	5	6	6	5	5	6	6	5	5	20	29	22	22	16	109	
70	2	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6	5	24	30	21	23	17	115	
71	2	1	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	6	5	4	6	5	6	4	6	20	22	20	20	16	98	
72	1	2	6	6	6	6	5	5	6	5	6	6	5	6	5	6	5	6	6	6	6	5	24	27	22	23	17	113	
73	1	2	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	18	23	18	20	14	93	
74	4	1	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	16	17	15	15	11	74	
75	2	2	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	19	23	19	19	14	94	
76	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	20	25	20	19	14	98	
77	1	1	5	6	6	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	6	4	5	5	5	5	5	22	23	18	20	15	98	
78	4	1	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	19	24	18	19	15	95	
79	1	1	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	18	24	20	20	16	98	
80	2	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	4	5	5	3	4	5	16	24	15	17	12	84		
81	1	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	14	19	20	20	15	88	
82	3	2	6	6	6	6	5	6	5	6	5	5	5	5	5	6	6	5	6	5	6	6	24	27	21	22	17	111	
83	3	1	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	16	24	20	23	18	101	
84	4	1	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	5	6	6	16	23	21	23	16	99	
85	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	16	20	16	16	13	81	
86	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	12	19	13	16	11	71	
87	3	1	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	18	20	17	17	13	85	
88	2	1	2	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	14	24	20	19	15	92	
89	3	1	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	6	6	6	5	6	5	6	20	22	19	23	17	101	
90	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100	
91	2	1	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	17	19	17	17	14	84	
92	3	1	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	24	20	20	15	97	
93	3	1	5	5	5	5	5	6	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	4	6	5	6	20	27	23	22	17	109	
94	3	2	4	4	4	4	5	5	5	6	6	6	6	6	5	6	5	5	4	6	5	6	17	27	23	20	17	104	
95	3	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	16	24	20	20	15	95		
96	3	1	4	4	4	4	4	5	5	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	6	6	5	16	28	23	21	17	105	
97	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100	
98	2	1	4	3	3	4	5	4	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	14	24	21	19	14	92	
99	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100	
100	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	6	4	6	16	20	19	20	16	91	

101	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	16	20	20	20	16	92
102	3	1	5	5	5	5	5	5	6	6	5	6	5	5	4	5	5	6	6	6	5	5	20	27	20	22	16	105
103	3	2	5	5	5	5	6	5	6	6	6	6	5	5	6	5	5	6	6	6	5	5	20	29	22	22	16	109
104	3	1	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	20	28	23	24	16	111
105	4	2	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	15	24	18	19	15	91
106	3	2	6	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	17	17	19	17	15	85
107	3	1	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	12	22	19	12	9	74
108	2	1	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	16	23	20	20	18	97
109	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	16	21	20	19	15	91
110	2	2	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	16	21	20	20	15	92
111	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100
112	2	2	5	5	5	5	4	5	3	5	4	3	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	20	21	17	16	13	87
113	3	1	4	4	4	4	5	4	4	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	16	23	24	22	18	103
114	2	1	5	5	5	5	3	3	4	4	5	5	6	3	3	3	6	6	6	6	6	5	20	19	17	21	17	94
115	4	1	4	6	6	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	6	4	6	6	5	5	5	20	21	19	22	15	97
116	2	1	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	12	21	16	18	15	82
117	2	2	5	6	6	5	5	5	4	5	3	5	6	6	5	6	4	5	5	5	5	5	22	22	22	20	15	101
118	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	20	16	16	12	80
119	3	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	17	21	19	18	15	90
120	1	1	1	4	4	4	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	13	12	11	8	8	52
121	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	15	12	12	9	60
122	2	1	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	18	23	18	19	15	93
123	2	1	6	6	6	5	6	5	4	5	4	6	5	6	5	5	5	5	5	6	5	4	23	24	22	20	15	104
124	1	2	5	5	5	6	6	5	5	5	4	4	6	6	5	5	4	5	5	5	5	5	21	25	21	19	15	101
125	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100
126	2	1	5	4	4	5	4	6	5	4	4	5	6	6	6	5	5	6	5	5	5	5	18	23	23	21	15	100
127	1	1	5	6	6	6	5	4	5	5	4	4	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	23	23	20	21	15	102
128	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	16	18	20	17	15	86
129	4	1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	16	25	20	20	15	96
130	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3	3	16	14	8	10	10	58
131	2	2	5	5	5	5	5	6	5	6	6	5	3	5	5	5	6	5	5	4	5	5	20	28	18	21	14	101
132	3	2	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	7	7	7	4	4	4	5	4	21	25	23	22	13	104
133	1	1	5	5	5	4	6	5	5	4	5	5	5	5	4	5	6	5	4	5	4	4	19	25	19	20	13	96
134	2	2	4	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	4	5	4	5	5	5	5	19	27	24	18	15	103
135	3	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	6	6	5	4	5	5	5	5	5	5	20	24	21	19	15	99
136	4	1	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	5	5	4	4	6	6	3	3	3	6	12	16	18	19	12	77
137	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	2	2	2	4	5	16	21	16	11	11	75
138	1	2	6	6	6	5	5	4	6	3	6	6	5	4	5	5	6	3	4	5	5	5	23	24	20	18	15	100
139	3	2	6	6	6	6	5	5	6	7	7	4	5	6	6	4	5	6	6	4	5	5	24	30	21	21	14	110
140	1	2	5	5	5	6	4	4	6	6	5	5	6	7	5	5	5	6	4	6	5	5	21	25	23	20	16	105

141	3	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	20	24	19	21	16	100
142	3	1	6	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	6	5	5	5	4	5	5	5	5	20	25	20	19	15	99
143	3	1	5	5	5	5	5	6	5	4	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5	6	20	25	20	22	16	103	
144	4	2	4	4	4	4	4	5	4	5	5	6	4	5	6	4	5	4	5	5	5	5	16	23	21	18	15	93	
145	3	1	4	4	4	4	5	5	5	5	6	6	5	5	6	4	5	5	5	6	5	5	17	27	20	20	16	100	
146	4	1	4	3	3	4	4	5	5	6	6	6	7	5	5	6	6	6	6	4	5	5	14	26	23	24	14	101	
147	3	1	6	5	5	4	5	5	6	5	5	6	5	4	5	5	6	4	5	5	5	5	20	26	20	20	15	101	
148	3	1	5	5	5	4	5	5	4	6	6	6	5	5	6	6	3	5	5	6	6	6	19	26	22	19	17	103	
149	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	16	24	20	19	13	92	
150	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	20	24	20	22	15	101	
151	4	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	16	21	20	20	15	92	
152	3	2	2	2	2	4	3	2	4	5	6	6	5	3	4	5	5	5	3	4	4	4	10	20	18	18	12	78	
153	1	2	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	6	4	5	4	5	5	5	5	6	14	24	20	19	16	93	
154	3	1	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	4	5	6	6	5	5	6	6	5	5	20	26	20	22	16	104	
155	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	16	20	20	16	14	85		
156	3	2	2	5	5	5	5	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	20	28	23	24	17	112	
157	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	4	4	2	3	5	3	4	2	4	2	3	3	8	17	14	13	8	60	
158	2	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	24	20	20	15	99	
159	3	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	6	20	24	20	18	16	98	
160	4	2	4	4	4	4	4	4	4	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	16	23	20	21	15	95	
161	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	4	6	5	5	6	5	6	20	25	22	20	17	104		
162	3	1	5	5	5	5	5	6	6	7	6	4	7	6	6	5	6	4	5	5	5	20	30	23	20	15	108		
163	3	1	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	6	6	5	5	5	5	5	20	23	20	21	15	99		
164	3	1	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	6	6	6	5	5	5	6	17	25	20	22	16	100		
165	3	1	5	6	6	6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	4	6	6	4	5	23	31	25	22	14	115		
166	3	1	5	5	5	5	5	5	5	6	4	4	5	5	5	6	5	4	5	4	3	5	20	25	19	20	12	96	
167	1	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	6	19	25	19	20	16	99	
168	3	1	5	5	5	5	6	6	6	5	4	4	3	4	5	5	6	6	5	5	5	20	27	16	22	15	100		
169	3	1	6	6	6	6	6	6	6	5	6	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	24	29	19	19	14	105	
170	1	2	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	23	20	20	15	98		
171	3	1	5	5	5	5	6	5	6	6	5	4	5	5	5	6	6	5	5	5	5	20	28	19	22	15	104		
172	2	2	6	6	6	6	5	5	5	6	6	5	5	6	5	5	5	5	5	6	5	24	27	21	21	16	109		
173	1	2	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	6	5	20	23	20	20	16	99		
174	3	1	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	19	24	19	20	15	97		
175	2	2	4	4	4	4	5	5	5	6	5	5	5	4	5	6	6	6	6	6	6	16	26	19	24	17	102		
176	1	2	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	20	22	22	20	15	99		
177	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	6	6	6	5	6	5	6	6	6	6	20	24	23	23	17	107		
178	4	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	13	18	16	15	11	73		
179	3	1	4	5	5	4	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	4	5	5	5	5	18	29	21	19	15	102		
180	3	1	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	20	22	19	20	15	96		
181	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	20	24	20	24	17	105		
182	1	2	3	3	3	4	2	1	4	2	3	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	2	13	12	16	12	9	62	
183	3	1	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	4	5	6	5	6	5	5	5	6	20	27	21	22	16	106	
184	3	1	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	7	6	20	27	20	23	19	109	
185	1	2	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	6	6	4	6	5	5	7	6	19	23	21	20	18	101		
186	4	1	6	5	5	4	5	6	6	6	6	6	6	6	4	5	5	5	5	6	4	20	29	24	19	15	107		
187	2	2	6	6	6	6	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	6	6	5	6	6	24	24	19	22	17	106		
188	3	1	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	16	24	23	23	18	104		
189	3	1	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	6	5	6	7	7	6	6	6	6	20	20	23	22	18	109		
190	3	1	3	3	3	3	4	2	4	3	6	4	4	5	4	3	3	2	4	5	3	4	12	19	17	12	12	72	
191	3	1	5	5	5	5	6	5	5	4	4	5	6	5	5	6	5	5	6	6	5	20	24	21	22	16	103		
192	3	1	4	5	5	5	4	4	6	6	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	19	24	18	20	13	94		
193	3	1	3	2	2	3	3	3	4	4	5	6	4	3	5	5	5	6	4	5	5	6	10	19	18	20	16	83	
194	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	6	6	5	6	5	5	5	5	5	20	24	22	22	15	103		
195	1	1	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	6	6	16	24	20	19	17	96		
196	3	1	5	5	5	5	5	5	6	5	3	5	5	5	5	4	5	6	6	6	6	20	24	20	21	18	103		
197	3	1	4	4	4	4	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	6	3	5	5	16	26	21	19	15	97		
198	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	6	16	22	20	20	16	94		
199	2	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	20	24	20	19	15	98		
200	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	16	23	20	20	15	94		

201	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	4	5	6	5	5	5	6	5	5	20	26	19	21	16	102
202	3	1	5	6	6	6	7	6	7	7	4	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	23	31	23	21	15	113
203	3	1	6	5	5	6	6	7	6	6	3	6	6	6	6	6	7	7	7	6	5	5	22	28	24	26	18	118
204	3	1	4	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	3	5	6	5	6	5	5	5	5	19	28	18	22	15	102
205	3	1	4	4	4	4	5	5	5	5	6	4	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	16	26	20	20	15	97
206	3	1	5	6	6	6	6	5	5	6	4	6	6	6	5	5	5	5	6	6	5	4	23	26	23	21	15	108
207	3	2	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	6	7	7	6	7	6	6	6	6	20	26	24	26	18	114
208	4	1	4	4	4	4	4	4	5	5	6	4	5	6	6	7	4	5	6	5	5	5	16	25	21	22	15	99
209	3	1	5	5	5	5	5	5	4	5	6	5	4	5	5	6	4	5	5	6	6	6	20	25	19	20	18	102
210	2	2	5	6	6	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	22	24	19	21	15	101
211	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	20	16	16	12	80
212	2	2	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	23	27	22	20	15	107
213	1	2	5	6	6	5	6	5	6	6	4	5	5	5	5	6	5	5	6	5	6	5	22	27	20	22	17	108
214	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	16	18	15	14	10	73
215	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100
216	2	2	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	22	25	20	20	15	102
217	2	1	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	18	23	19	18	15	93
218	1	2	5	6	6	5	6	6	6	6	4	6	6	6	5	6	5	6	6	5	5	6	22	28	23	23	16	112
219	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	16	18	16	16	11	77
220	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	12	18	15	14	11	70
221	3	2	5	5	5	6	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	21	23	17	19	15	95
222	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	20	16	16	12	80
223	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	6	6	6	5	5	5	6	5	5	5	5	20	24	23	21	15	103
224	2	2	5	5	5	6	5	4	4	5	4	5	6	6	6	6	4	5	5	5	5	5	21	22	23	20	15	101
225	2	2	5	6	6	5	5	5	6	6	4	5	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	22	26	23	22	15	108
226	2	1	5	5	5	5	5	5	5	6	4	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	21	20	15	101
227	4	1	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	13	18	13	14	12	70
228	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	20	25	20	22	15	102
229	2	1	6	7	7	6	5	4	5	5	4	5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	26	23	20	24	15	108
230	2	1	5	4	4	5	4	4	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	6	6	5	5	18	24	21	21	16	100
231	2	2	5	4	4	5	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	6	5	6	5	5	5	18	26	22	22	15	103
232	3	1	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	17	21	17	18	14	87
233	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100
234	4	1	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	17	19	14	16	12	78
235	1	2	5	6	6	6	6	5	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	23	28	23	24	18	116
236	2	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	20	24	19	20	15	98
237	2	2	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	23	26	23	20	15	107
238	1	1	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	28	35	28	28	21	140
239	2	2	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	19	24	20	20	15	98
240	1	1	5	6	6	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	22	27	20	20	14	103
241	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100
242	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	25	20	20	15	100
243	2	1	6	5	5	6	5	5	5	5	6	3	5	5	5	6	5	5	6	5	5	4	22	26	18	22	14	102
244	2	2	5	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	26	33	28	28	21	136
245	1	2	5	3	3	5	5	4	5	4	4	5	3	3	3	3	4	5	4	3	5	3	16	22	14	16	11	79
246	3	1	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	2	2	3	4	4	4	4	3	4	3	18	21	12	16	10	77
247	1	1	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	28	34	28	28	21	139
248	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	24	20	20	15	99
249	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	24	20	20	15	99
250	2	2	2	6	6	5	5	3	5	5	2	2	3	5	3	3	5	5	4	5	3	3	19	20	13	17	11	80

Anexo N.º5

Coeficiente de validez de contenido

Criterio de valoración		Número de jueces					3	Fecha	
Escala de evaluación	1=inaceptable	2=Deficiente	3=Regular	4=Bueno	5=Excelente	Máximo valor de la Escala		5	
Ítem	Juez 1	Juez 2	Juez 3	Σx_i j	$M_x = \Sigma x_{ij} / j$	$CVC_i = M_x / V_{Ma}$ x	$Pe_i = (1/j)^J$ J	$CVC_{ic} = CVC_i - Pe_i$	
1	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
2	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
3	4	5	4	13	4	0.87	0.03704	0.83	
4	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
5	4	5	4	13	4	0.87	0.03704	0.83	
6	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
7	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
8	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
9	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
10	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
11	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
12	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
13	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
14	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
15	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
16	4	5	4	13	4	0.87	0.03704	0.83	
17	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
18	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
19	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
20	5	5	4	14	5	0.93	0.03704	0.90	
								17.73	
Peit=(1/J)^J								0.04	

Coeficiente de Validez de Contenido Total $CV_{Ct} = \Sigma CV_{Ci} / \text{número de ítems}$	0.89
Coeficiente de Validez de Contenido Toral Corregido $CV_{Ctc} = CV_{Ct} - Pe_{it}$	0.85

Anexo N.º6

Confiabilidad del instrumento

Nº	Variable X: Calidad de Servicio																				
	X1.Elementos Tangibles				X2.Fiabilidad					X3.Capacidad de respuesta				X4.Seguridad			X5.Empatía				
	i1	i2	i3	i4	i5	i6	i7	i8	i9	i10	i11	i12	i13	i14	i15	i16	i17	i18	i19	i20	
1	1	1	1	2	1	3	1	2	1	4	4	4	1	1	2	4	4	2	4	4	47
2	2	1	3	1	2	3	1	1	3	4	2	3	3	2	4	4	4	4	4	3	54
3	4	2	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	68
4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2	2	4	4	2	2	4	2	4	1	55
5	1	1	1	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	1	4	1	5	1	54
6	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	2	4	4	4	3	73
7	1	4	2	4	2	2	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	71
8	2	4	4	3	3	2	2	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	64
9	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	77
10	3	2	2	2	2	3	2	3	4	4	4	4	4	2	2	4	3	2	5	5	62
11	2	2	3	2	2	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	62
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	25
13	1	3	3	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	1	1	40
14	2	2	2	1	2	2	2	1	4	2	4	4	4	4	1	2	2	3	3	3	50
15	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	64
16	2	3	3	4	1	1	4	4	4	3	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	64
17	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	70
18	2	1	2	2	1	1	1	1	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	1	51
19	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	73
20	1	1	1	1	1	2	1	2	4	4	4	4	3	2	3	2	4	1	4	4	49
	1.21	1.21	1.34	1.44	0.8875	0.8475	1.4275	1.36	1.04	0.9275	0.8275	0.7275	1.04	1.0475	1	1.0275	0.74	1.1875	1.1875	1.7475	156.2275

suma de var/item	22.223
k	20
alfa	0.9029

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

α - Alfa de Cronbach

K - Número de ítems

V_i - Varianza de cada Item

V_t - varianza del total

LEYENDA DE CODIGOS

7=Fuertemente de acuerdo

6=Muy de acuerdo

5=De acuerdo

4=Indiferente

3=En desacuerdo

2=Muy en desacuerdo

1=Fuertemente en desacuerdo

El presente cálculo corresponde a un instrumento de 20 ítems y se realizó a una muestra piloto de 20 agremiados, con una escala de Likert de 1 a 7, desde la categoría que va del 1 al 7: 1 corresponde a fuertemente en desacuerdo y 7 fuertemente de acuerdo

Anexo N.º7

Consentimiento informado para participantes de la investigación

Estimados colegas:

Les saluda Anyhela Galvan Ninamango, me encuentro realizando la presente investigación, cuyo propósito es **identificar el nivel de calidad de servicio de los agremiados en un colegio regional profesional de Junín**. En ese sentido, solicito su colaboración para el llenado de los cuestionarios que se muestran a continuación.

Consentimiento Informado para los participantes:

Lo (a) invito a participar en esta investigación, llenando la siguiente escala de calidad de servicio (SERVQUAL) tendrá una duración aproximada de 15 min, como máximo. Tu participación en este estudio es libre, voluntaria y anónima, por otro lado, no tiene fines de diagnóstico individual. La información y resultados serán confidenciales y solo para este estudio.

Ante cualquier duda, contáctese con:

BACH. Anyhela Natalia Galvan Ninamango

Teléfono: 970968664

Correo: anyhelanatalia@gmail.com

Gracias de antemano, por su apoyo

Acepto participar voluntariamente de la investigación, así mismo que puedo decidir no participar

- Sí acepto participar
- No acepto participar

Anexo N.º 8

Cuestionario SERVQUAL

Presentación

Reciba un cordial saludo, mi nombre es ANYHELA NATALIA GALVAN NINAMANGO, soy bachiller de la Universidad Continental de la Facultad de Humanidades y la Escuela Profesional de Psicología, actualmente me encuentro desarrollando la tesis titulada “Calidad de servicio de los agremiados en un Colegio Regional Profesional de Junín del periodo 2021”

Confidencialidad

Es importante hacer énfasis que la información obtenida de dicho instrumento es única y exclusivamente con fines académicos.

Instrucciones

A continuación, se presentan una serie de afirmaciones, para lo cual le solicito marcar con un aspa la importancia que usted asignaría a cada ítem en mención en una escala del 1 al 7, donde:

1	Fuertemente en desacuerdo
2	Muy en desacuerdo
3	En desacuerdo
4	Indiferente
5	De acuerdo
6	Muy de acuerdo
7	Fuertemente de acuerdo

N.º	ÍTEM	1	2	3	4	5	6	7
1	Nuestro colegio institucional tiene equipos de apariencia moderna.							
2	Las instalaciones físicas de nuestro colegio institucional son visualmente atractivas.							
3	Los colaboradores de nuestro colegio institucional tienen apariencia pulcra.							
4	En nuestro colegio institucional, los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos.							
5	Cuando nuestro colegio institucional promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.							
6	Cuando un usuario tiene un problema, nuestro colegio institucional muestran un sincero interés en solucionarlo.							
7	Nuestro colegio institucional realiza bien el servicio la primera vez.							
8	Nuestro colegio institucional concluye el servicio en el tiempo prometido.							
9	Nuestro colegio institucional no comete errores.							
10	Nuestro colegio institucional comunica a los usuarios cuando concluirá las realizaciones del servicio.							
11	En nuestro colegio institucional, los colaboradores ofrecen un servicio rápido a sus usuarios.							
12	En nuestro colegio institucional, los colaboradores siempre están dispuestos ayudar a los usuarios.							
13	En nuestro colegio institucional, los colaboradores nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los usuarios.							
14	El comportamiento de los colaboradores de nuestro colegio institucional transmite confianza a los usuarios.							
15	En nuestro colegio institucional se siente seguro en su relación con ellas.							
16	En nuestro colegio institucional los colaboradores son siempre amables con los usuarios.							
17	En nuestro colegio institucional, los colaboradores tienen conocimientos suficientes para responder las preguntas de los usuarios.							

18	Nuestro colegio institucional brinda a sus usuarios una atención individualizada.							
19	Nuestro colegio institucional tiene horarios de atención convenientes para todos los usuarios.							
20	Los colaboradores de nuestro colegio institucional comprenden las necesidades específicas de sus usuarios.							

¡Gracias por su participación!

Anexo N.º9

Autorización para el trabajo de investigación



COLEGIO DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN

Ley N° 31060

Ley de Ejercicio Profesional del Licenciado en Administración
Creado por Decreto Ley N° 22087 - D.S. N° 020 - 2006 - E.D.*"Año del Bicentenario del Perú 200 años de Independencia"*

Huancayo, 14 de julio de 2021

CARTA N° 005- 2021 – CORLAD – JUNIN/ADMSRTA.
ANYHELA NATALIA GALVAN NINAMANGOPRESENTE.

Asunto: Autorización para trabajo de investigación.

De mi mayor consideración,

Me es grato dirigirme a usted en nombre del Colegio Regional de Licenciados en Administración de Junín, para saludarla muy afectuosamente y a su vez, informarle que habiendo solicitado autorización para realizar la investigación "Calidad de servicio de los agremiados del CORLAD JUNIN durante el periodo 2021" procedo a **AUTORIZAR** realizar dicha investigación en nuestra representada y tener todas las facilidades del caso.

Del mismo modo indicar que terminado el proceso de análisis de datos deberá de entregarnos un ejemplar.

Sin otro particular, me despido.

Atentamente;

c.c.- Archivo.

Simpatía con Competencia para el Desarrollo Profesional

📍 Jr. Marte N° 181 - Urb. Los Eucaliptos - Chorrillos - Huancayo (Alt. Cdra. 19 de Carmel del Solar)
 ☎ Telf.: (064) 232926
 📠 CaL: 943 943799 / 998 899109 / 972 832231 / 964 679988

✉ junincorlad@gmail.com
 📄 Corlad Junin
 📌 Corlad Junin

Anexo N.º 10

Aprobación del comité de ética

Universidad
Continental

Huancayo, 04 de agosto del 2021

OFICIO N° 064-2021-CE-FH-UC

Señora:

ANYHELA NATALIA GALVAN NINAMANGO

Presente-

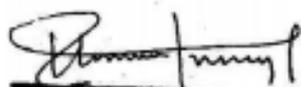
EXP. 064-2021

Tengo el agrado de dirigirme a usted para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que el estudio de investigación titulado: "CALIDAD DE SERVICIO DE LOS AGREMIADOS EN UN COLEGIO REGIONAL PROFESIONAL DE JUNIN PERIODO 2021" ha sido **APROBADO** por el Comité de Ética en Investigación de la Facultad de Humanidades, bajo las siguientes observaciones:

- El Comité de Ética puede en cualquier momento de la ejecución del trabajo solicitar información y confirmar el cumplimiento de las normas éticas (mantener la confidencialidad de datos personales de los individuos entrevistados).
- El Comité puede solicitar el informe final para revisión final.

Aprovechamos la oportunidad para renovar los sentimientos de nuestra consideración y estima personal.

Atte,



Eliana Mory Arciniega
Comité de Ética en Investigación
Facultad de Humanidades
Presidencia
Universidad Continental