

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN GERENCIA PÚBLICA

Tesis

**Relación entre la calidad percibida del producto entregado
por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali
Warma y el grado de satisfacción de los beneficiarios en
las instituciones educativas del nivel primario de la
provincia de Cañete, 2022**

Gutierrez Lozano Giancarlo Gustavo
Cristhian Ivan Huaman Aldana
Jlnez Cuayla Yacira

Para optar el Grado Académico de
Maestro en Gerencia Pública

Lima, 2025

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



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

ANEXO 6

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A : Mg. JAIME SOBRADOS TAPIA
Director Académico de la Escuela de Posgrado
DE : **DENNIS ARIAS CHÁVEZ**
Asesor del Trabajo de Investigación
ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de Trabajo de Investigación
FECHA : 11 de noviembre de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para saludarlo y en vista de haber sido designado Asesor del Trabajo de Investigación titulado "Relación entre la calidad percibida del producto entregado por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y el grado de satisfacción de los beneficiarios en las Instituciones Educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022, Bach. HUAMAN ALDANA, CRISTHIAN IVAN; Bach. JINEZ CUAYLA, YACIRA; Bach. GUTIERREZ LOZANO, GIANCARLO, de la **MAESTRÍA EN GERENCIA PÚBLICA**; se procedió con el análisis del documento mediante la herramienta "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software, cuyo resultado es **17 %** de similitud (informe adjunto) sin encontrarse hallazgos relacionados con plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía Sí NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores (Máximo nº de palabras excluidas: 0) Sí NO
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante Sí NO

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad.

Recae toda responsabilidad del contenido de la tesis sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios de legalidad, presunción de veracidad y simplicidad, expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales – RENATI y en la Directiva 003-2016-R/UC.

Esperando la atención a la presente, me despido sin otro particular y sea propicia la ocasión para renovar las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,


DR. DENNIS ARIAS CHÁVEZ
DNI. N° 41730628

Arequipa
Av. Los Incas S/N,
José Luis Bustamante y Rivero
(054) 412 030

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuara
(054) 412 030

Huancayo
Av. San Carlos 1980
(064) 481 430

Cusco
Urb. Manuel Prado - Lote B, N° 7 Av. Collasuyo
(084) 480 070

Sector Angostura KM. 10,
carretera San Jerónimo - Saylla
(084) 480 070

Lima
Av. Alfredo Mendiola 5210, Los Olivos
(01) 213 2760

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, **GIANCARLO GUSTAVO GUTIERREZ LOZANO**, identificada con Documento Nacional de Identidad N° **44223706**, egresado de la **MAESTRÍA EN GERENCIA PÚBLICA**, de la Escuela de Posgrado de la Universidad Continental, declaro bajo juramento lo siguiente:

1. La Tesis titulada "**RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD PERCIBIDA DEL PRODUCTO ENTREGADO POR EL PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN ESCOLAR QALI WARMA Y EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL NIVEL PRIMARIO DE LA PROVINCIA DE CAÑETE 2022**", es de mi autoría, la misma que presento para optar el Grado Académico de MAESTRO EN GERENCIA PÚBLICA.
2. La Tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para lo cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas, por lo que no atenta contra derechos de terceros.
3. La Tesis es original e inédita, y no ha sido realizada, desarrollada o publicada, parcial ni totalmente, por terceras personas naturales o jurídicas. No incurre en autoplagio; es decir, no fue publicada ni presentada de manera previa para conseguir algún grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, pues no son falsos, duplicados, ni copiados, por consiguiente, constituyen un aporte significativo para la realidad estudiada.

De identificarse fraude, falsificación de datos, plagio, información sin cita de autores, uso ilegal de información ajena, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a las acciones legales pertinentes.

Lima, 16 de diciembre de 2024.



GIANCARLO GUTIERREZ LOZANO
DNI. N° 44223706



Huella

Arequipa

Av. Los Incas S/N,
José Luis Bustamante y Rivero
(054) 412 030

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuara
(054) 412 030

Huancayo

Av. San Carlos 1980
(064) 481 430

Cusco

Urb. Manuel Prado - Lote B, N° 7 Av. Collasuyo
(084) 480 070

Sector Angostura KM. 10,
carretera San Jerónimo - Saylla
(084) 480 070

Lima

Av. Alfredo Mendiola 5210, Los Olivos
(01) 213 2760

Jr. Junín 355, Miraflores
(01) 213 2760

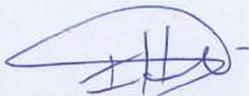
DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, **HUAMAN ALDANA CRISTHIAN IVAN**, identificada con Documento Nacional de Identidad N° **41800602**, egresado de la **MAESTRÍA EN GERENCIA PÚBLICA**, de la Escuela de Posgrado de la Universidad Continental, declaro bajo juramento lo siguiente:

1. La Tesis titulada "**RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD PERCIBIDA DEL PRODUCTO ENTREGADO POR EL PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN ESCOLAR QALI WARMA Y EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL NIVEL PRIMARIO DE LA PROVINCIA DE CAÑETE 2022**", es de mi autoría, la misma que presento para optar el Grado Académico de MAESTRO EN GERENCIA PÚBLICA.
2. La Tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para lo cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas, por lo que no atenta contra derechos de terceros.
3. La Tesis es original e inédita, y no ha sido realizada, desarrollada o publicada, parcial ni totalmente, por terceras personas naturales o jurídicas. No incurre en autoplagio; es decir, no fue publicada ni presentada de manera previa para conseguir algún grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, pues no son falsos, duplicados, ni copiados, por consiguiente, constituyen un aporte significativo para la realidad estudiada.

De identificarse fraude, falsificación de datos, plagio, información sin cita de autores, uso ilegal de información ajena, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a las acciones legales pertinentes.

Lima, 16 de diciembre de 2024.



HUAMAN ALDANA CRISTHIAN
IVAN DNI. N° 41800602



Huella

Arequipa

Av. Los Incas S/N,
Calle Luis Bustillo Santa y Rivera
(054) 412 030

Calle Alfonso Ugarte 1107, Yanahuara
(054) 412 030

Huancayo

Av. San Carlos 1980
(064) 481 490

Cusco

Urb. Municipal Prado - Lote B, N° 7 Av. Collanuyo
(084) 480 070

Sector Angostura KM. 10,
carretera San Leonimo - Sayta
(084) 480 070

Lima

Av. Alfredo Mendola 5210, Los Olivos
(01) 213 2760

Jr. Junin 355, Miraflores
(01) 213 2760

RELACIÓN ENTRE LA CALIDAD PERCIBIDA DEL PRODUCTO ENTREGADO POR EL PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN ESCOLAR QALI WARMA Y EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS D

INFORME DE ORIGINALIDAD

17%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1 hdl.handle.net Fuente de Internet 3%

2 repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet 3%

3 repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet 2%

4 www.institucioneducativa.info Fuente de Internet 1%

5 Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante 1%

6 Submitted to uncedu Trabajo del estudiante 1%

7 Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante 1%

8	Fuente de Internet	<1 %
9	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
10	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
11	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	Submitted to Universidad Jose Carlos Mariategui Trabajo del estudiante	<1 %
13	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Universitaet Hamburg Trabajo del estudiante	<1 %
15	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
16	ciencialatina.org Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

19 Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD <1 %
Trabajo del estudiante

20 repositorio.unsch.edu.pe <1 %
Fuente de Internet

21 Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru <1 %
Trabajo del estudiante

22 repositorio.udh.edu.pe <1 %
Fuente de Internet

23 Submitted to Walden University <1 %
Trabajo del estudiante

24 repositorio.upn.edu.pe <1 %
Fuente de Internet

25 repositorio.unu.edu.pe <1 %
Fuente de Internet

26 es.scribd.com <1 %
Fuente de Internet

27 Submitted to Universidad Anahuac México Sur <1 %
Trabajo del estudiante

28 books.openedition.org <1 %
Fuente de Internet

29 www.monografias.com <1 %
Fuente de Internet

30	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
31	"The First Export Era Revisited", Springer Science and Business Media LLC, 2017 Publicación	<1 %
32	cdn.www.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
33	Submitted to Corporación Universitaria Iberoamericana Trabajo del estudiante	<1 %
34	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
35	worldwidescience.org Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
37	Submitted to UNIBA Trabajo del estudiante	<1 %
38	Submitted to Foreign Trade University Trabajo del estudiante	<1 %
39	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
40	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

41	repositorio.undac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
42	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
43	repositorio.utesup.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
44	www.593dp.com Fuente de Internet	<1 %
45	Submitted to Universidad Catolica de Oriente Trabajo del estudiante	<1 %
46	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
47	pingpdf.com Fuente de Internet	<1 %
48	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
49	m.riunet.upv.es Fuente de Internet	<1 %
50	Josep Crespo Hervás, Vicente Prado-Gascó, María Huertas González-Serrano. "Perceived Value in Sporting Events (PVSP): A Further Step for the Strategic Management", Sustainability, 2020 Publicación	<1 %

51	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
52	sc.pcm.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
53	reliefweb.int Fuente de Internet	<1 %
54	www.gva.es Fuente de Internet	<1 %
55	GREEN ENVIRONMENT S.A.C.. "DAA de la Planta de Fabricación de Productos de Plástico-IGA0012405", R.D. 212-2019-PRODUCE/DVMYPE-I/DGAAMI, 2020 Publicación	<1 %
56	pt.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
57	repositorio.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
58	repositorio.ucss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
59	repositorio.unasam.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
60	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
61	www.metabase.net Fuente de Internet	<1 %

62

www.seguridad-escolar.seguridadydefensa.com

Fuente de Internet

<1 %

63

de.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

64

es.studenta.com

Fuente de Internet

<1 %

65

idus.us.es

Fuente de Internet

<1 %

66

ojs.docentes20.com

Fuente de Internet

<1 %

67

repositorio.ucp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

68

repositorio.ucsg.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

69

repositorio.upao.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

70

tesis.usat.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

71

tmsearch.ai

Fuente de Internet

<1 %

72

www.hartfordschools.org

Fuente de Internet

<1 %

73

Carlos Julio Barreto Regalado, Juan Bautista Solis Muñoz, Priscila Gabriela Tenesaca Qhizhpe. "Factores asociados a la satisfacción del cliente. Entidad financiera de la Economía Popular y Solidaria Austro, Ecuador", Religación. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 2023

Publicación

<1 %

74

WALSH PERU S.A. INGENIEROS Y CIENTIFICOS CONSULTORES. "EIA-SD del Proyecto de Exploración Minera Antioquía-IGA0012031", R.D. N° 095-2010-MEM/AAM, 2020

Publicación

<1 %

75

apirepositorio.unh.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

76

mundogar.com

Fuente de Internet

<1 %

77

repositorio.autonomadeica.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

78

repositorio.uasf.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

79

repositorio.ug.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

80

repositorio.uigv.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

81	repositorio.unsaac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
82	sired.udenar.edu.co Fuente de Internet	<1 %
83	www.3puntos.com Fuente de Internet	<1 %
84	www.educarenigualdad.org Fuente de Internet	<1 %
85	www.mef.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
86	www.somosiberoamerica.org Fuente de Internet	<1 %
87	www.trigopan.com.ar Fuente de Internet	<1 %
88	xjuzhrxl.cn Fuente de Internet	<1 %
89	ciencia.urjc.es Fuente de Internet	<1 %
90	"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 32 (2016)", Brill, 2018 Publicación	<1 %

Excluir citas Apagado
Excluir bibliografía Apagado

Excluir coincidencias Apagado

Asesor

Dr. Dennis Arias Chávez

Dedicatoria

Con todo nuestro agradecimiento, dedicamos este trabajo a nuestro Creador, por darnos la fuerza y la determinación para llegar hasta aquí, y por poner en nuestro camino a personas especiales, cuyo apoyo fue clave para hacer realidad este estudio. También, queremos reconocer profundamente a nuestras familias, que con su paciencia, comprensión y apoyo incondicional, nos acompañaron en cada paso de este recorrido.

Agradecimiento

A nuestro Asesor por habernos brindado el asesoramiento con dedicación y habernos compartido sus conocimientos, sin los cuales no hubiésemos podido hacer posible el término del presente estudio.

Índice

Asesor	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Índice	v
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
Introducción	xiii
Capítulo I. Planteamiento del estudio	16
1.1. Planteamiento y Formulación del Problema	16
1.1.1. Planteamiento del problema	16
1.1.2. Formulación del problema	19
1.2. Determinación de objetivos	19
1.2.1. Objetivo general.....	19
1.2.2. Objetivos específicos.....	20
1.3. Justificación e importancia del estudio	20
1.3.1. Justificación teórica	20
1.3.2. Justificación práctica.....	21
1.3.3. Justificación social.....	21
1.4. Limitaciones de la presente investigación	22
Capítulo II. Marco Teórico	23
2.1. Antecedentes de la Investigación	23
2.2. Bases Teóricas	27
2.2.1. Calidad percibida	27
B. Calidad basada en el servicio	28
C. Calidad basada en la atención.....	29
D. Dimensiones de la calidad percibida.....	30
a) Elementos tangibles.....	30
b) Fiabilidad.....	32
c) Capacidad de respuesta	33
d) Seguridad.....	34

e) Empatía	34
2.2.2. Satisfacción de los beneficiarios	35
B. Importancia de la satisfacción de los beneficiarios	36
C. Dimensiones de la satisfacción del usuario	37
a) Valor percibido	37
b) Confianza.....	38
c) Expectativas.....	38
2.2.3. Instituciones educativas del nivel primario Cañete	39
2.2.3.2. Institución Educativa Particular N.º 20200 Zuñiga	40
2.3. Definición de Términos Básicos.....	40
2.3.1. Calidad percibida	40
2.3.2. Fiabilidad.....	41
2.3.3. Seguridad.....	41
2.3.4. Satisfacción.....	41
2.3.5. Confianza	41
2.3.6. Programa escolar Qali Warma.	41
Capítulo III. Hipótesis y Variables.....	46
3.1. Hipótesis	46
3.1.1. Hipótesis general	46
3.1.2. Hipótesis específicas	46
3.2. Operacionalización de Variables.....	46
3.2.1. Variable independiente (V1).....	46
3.2.2. Variable dependiente (V2)	47
Operacionalización de variables.....	47
Capítulo IV Metodología del estudio.....	49
4.1. Método y tipo o alcance de investigación.....	49
4.1.1. Método.....	49
4.1.2. Tipo o alcance	49
A. Según finalidad	49
B. Según naturaleza	49
C. Según el alcance temporal.....	50
D. Según la orientación que asume.....	50
4.2. Diseño de la investigación	50

En donde:.....	51
4.3. Población y Muestra.....	51
4.3.1. Población.....	51
4.3.2. Muestra.....	52
E. Criterios de inclusión.....	52
F. Criterios de exclusión.....	53
4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	53
A. Instrumentos de recolección de datos.....	53
B. Estrategias de recolección de datos	55
4.5. Técnicas para el Análisis de Datos	56
Capítulo V. Resultados y discusión	57
5.1. Resultados y Análisis	57
5.1.1 Prueba de normalidad.....	57
A. Formulación de hipótesis. Variable 1	57
Variable 2.....	58
B. Nivel de significancia.....	58
C. Estadístico de prueba	58
D. Formulación de la regla de decisión	58
E. Conclusión.....	59
Prueba de hipótesis.....	59
Datos generales	59
Hipótesis general.....	62
F. Planteamiento de Ho y H1	62
G. Nivel de significancia.....	62
H. Estadístico de prueba	63
I. Formulación de la regla de decisión.....	63
Hipótesis específica 1	64
K. Planteamiento de Ho y H1	64
L. Nivel de significancia.....	64
M. Estadístico de prueba	65
N. Formulación de la regla de decisión.....	65
Hipótesis específica 2	66
P. Planteamiento de Ho y H1	66

Q. Nivel de significancia.....	66
R. Estadístico de prueba	66
S. Formulación de la regla de decisión.....	67
Hipótesis específica 3	68
U. Planteamiento de Ho y H1	68
V. Nivel de significancia.....	68
W. Estadístico de prueba	68
X. Formulación de la regla de decisión.....	68
5.2. Discusión de resultados	69
Conclusiones	73
Recomendaciones.....	75
Referencias bibliográficas.....	76
Anexos	80
Anexo A: Matriz de consistencia	81
Anexo B: Instrumentos de recolección de datos.	84
Anexo C Matriz del Instrumento.....	88
Anexo D BASE DE DATOS.....	90
Anexo E Tomas fotográficas	103
Anexo F Resultados de las encuestas	104

Índice de tablas

Tabla 1 Presupuesto del Programa Qali warma (2014-2023).....	45
Tabla 2 Operacionalización de variables.....	47
Tabla 3 Distribución poblacional de los padres de familia del nivel primario, 2022.	52
Tabla 4 Estadística Viabilidad Calidad percibida.....	57
Tabla 5 Estadística Viabilidad de satisfacción del usuario.....	57
Tabla 6 Prueba de normalidad de las variables.....	59
Tabla 7 Género de los Padres de familia de las Instituciones Educativas.....	60
Tabla 8 Niveles de las dimensiones de la Variable Calidad Percibida.....	61
Tabla 9 Niveles de las dimensiones de la Variable Satisfacción del usuario.....	61
Tabla 10 Correlación entre la satisfacción del usuario y la calidad percibida.....	64
Tabla 11 Correlación entre la calidad y el valor percibido.....	66
Tabla 12 Correlación entre la calidad y la confianza.....	67
Tabla 13 Correlación entre la calidad y la expectativa.....	69

Índice de figuras

Figura 1 Género de los Padres de familia de las Instituciones Educativas	60
Figura 2 Niveles de las dimensiones de la Variable Calidad Percibida.	61
Figura 3 Niveles de las dimensiones de la Variable Satisfacción del usuario.....	61
Figura 4 Nivel de correlación entre la satisfacción del usuario y la calidad percibida.	63
Figura 5 Nivel de correlación entre la calidad y el valor percibido.....	65
Figura 6 <i>Nivel de correlación entre la calidad y la confianza</i>	67
Figura 7 Nivel de correlación entre la calidad y la expectativa.	69

Resumen

En esta investigación se analiza la relación que existe entre la variable calidad percibida del producto y el grado de satisfacción de los beneficiarios; se consideró una población de 251 padres, cuyos hijos son beneficiarios del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma. Para alcanzar los objetivos se aplicó un instrumento de 44 ítems, dividido en dos cuestionarios dirigido para cada variable, en primera instancia se obtuvo información de cada padre, hijos y docentes, con respecto a la calidad percibida del servicio brindado del programa, en segunda instancia se obtuvo información respecto a la satisfacción de los productos recibidos y entregados a los niños. Luego de analizados los resultados se evidencia que la relación entre la satisfacción del usuario y la calidad percibida tiene una correlación muy alta, entonces cuanto mejor sea la calidad percibida más alta se hará la satisfacción del usuario. Asimismo, la calidad y la relación con la dimensión del valor percibido muestra una correlación alta, en consecuencia a mayor calidad el valor que perciban del producto entregado será mucho más alto, la relación de la dimensión confianza y la calidad tiene una correlación moderada. Se concluye que, cuanto mayor sea percibida la calidad, mayor será la satisfacción del usuario del programa de las instituciones educativas de Zuñiga y las Salinas, Cañete, 2022. Por lo que se requiere realizar mayores esfuerzos para generar confianza en los usuarios con relación al producto entregado; en última instancia, se tiene la relación de la calidad y la dimensión expectativa, se entiende que mientras se garantice la calidad la expectativa será cubierta.

Palabras clave: calidad percibida, satisfacción, expectativa, confianza, valor percibido, fiabilidad, elementos tangibles.

Abstract

This research analyzes the relationship that exists between the variable perceived quality of the product and the degree of satisfaction of the beneficiaries. A population of 251 parents whose children are beneficiaries of the Qali Warma National School Feeding Program was considered. To achieve the objectives, a 44- item instrument was applied, divided into two questionnaires directed for each variable. In the first instance, information was obtained from each parent, children and teachers, regarding the perceived quality of the service provided by the program. In the second instance, Information was obtained regarding the satisfaction of the products received and delivered to the children. Analyzed results show that the relationship between user satisfaction and perceived quality has a very high correlation, so the better the perceived quality, the higher the user satisfaction, quality and the relationship with the dimension of perceived value will be. a high correlation, consequently, the higher the quality, the value they perceive of the product delivered will be much higher, the relationship between the dimension of trust and quality has a moderate correlation, concluding that the higher the quality is perceived, the greater the user satisfaction. of the program of the educational institutions of Zúñiga, Cañete, 2022. Having to make greater efforts to generate trust in users in relation to the product delivered, ultimately there is the relationship between quality and the expectation dimension, it is understood that as long as the quality the expectation will be met.

Keywords: perceived quality, satisfaction, expectation, trust, perceived value, reliability, tangible elements.

Introducción

El presente estudio tiene por objetivo determinar la calidad percibida y su relación con la satisfacción de los usuarios del programa Qali warma de las instituciones educativas de Cañete, donde se pretende analizar primeramente la calidad percibida concerniente a dicho programa, y asimismo la satisfacción que presentan los beneficiarios. En segunda instancia se busca definir la relación existente entre las variables en este caso calidad percibida y satisfacción del usuario.

En cuanto a la calidad percibida se refiere a la calidad que el usuario cree tener respecto a un servicio o producto. Pero no siempre la apreciación que tiene el usuario es positiva ya que ello va depender de las exigencias que tenga cada uno en el grado de satisfacción demostrado. Al contar con una apreciación negativa por parte de los usuarios es importante realizar un arduo trabajo a fin de revertir la impresión e incrementar el valor. Por la presencia aún de la emergencia sanitaria, el programa Qali warma actualmente no viene entregando productos elaborados, sino víveres que puedan ser utilizados en la preparación del desayuno de los alumnos, las raciones son deducidas a la edad del estudiante, prevaleciendo productos enriquecidos y fortalecidos con vitaminas y minerales; es ahora cuando se puede apreciar aún más la calidad de los productos y la practicidad de la preparación de sus alimentos con los víveres entregados. Por ello, la exigencia que el programa pueda ser mucho más exhaustivo, minucioso y eficiente en la selección de estos proveedores y los procesos de compras, para una mejor utilización de los recursos públicos para el bienestar de los estudiantes.

La variable satisfacción del usuario es una medida que se emplea a fin de valorar el grado en que el usuario está orgulloso de una experiencia, servicio o producto. En la parte práctica, se puede realizar la medición empleando tácticas numerosas de diseño de instrumentos para que las respuestas puedan ser evaluadas, así como otras maneras de recopilación. Por otra parte, consiste en un término de marketing que se encarga de calcular como los servicios y bienes proporcionados por una determinada organización resaltan o cumplen las expectativas de un

usuario. Tiene una gran importancia porque otorga a los empresarios o propietarios de una empresa, que en este caso nos referimos el Programa Qali warma como programa del Estado, y en la búsqueda de alcanzar la modernización del estado y que este sea eficiente y eficaz en sus procesos, es que se debe dirigir hacia los beneficiarios buscando la satisfacción del producto brindado, Qali warma siendo un programa nacional quien busca la inclusión desarrollo y crecimiento de nuestros niños y niñas debe contar con estándares de calidad que permitan evidenciar la calidad y la satisfacción de los usuarios, ya sea una evaluación periódica, la adjudicación de algún puntaje y o entrevistas con los padres de familia siendo estas evaluaciones mensuales, bimestrales o trimestrales, con el fin de comprobar si es que lo que se viene entregando resulta satisfactorio para los padres de familia, pues son ellos precisamente quienes utilizarán estos recursos brindados para elaborar los alimentos, manifestarán su inconformidad, su observación o quizás sugerencias. El Estado no puede proveer de forma deliberada sin conocer cuál es la percepción de lo que viene entregando el programa, y si se viene cumpliendo con los objetivos para lo cual fue creado este programa escolar.

Por todo lo mencionado párrafos antes, es que es importante este trabajo en investigación, pues es relevante conocer qué relación existe entre la calidad percibida de los productos que entregan el programa social Qali Warma y el grado de satisfacción de los beneficiarios, es necesario poder evidenciar el comportamiento de ambas variables para poder identificar las falencias o los aciertos que tiene dicho programa; pues mientras mayor sea la calidad de los productos alimenticios este tendrá una incidencia en el grado o nivel de satisfacción del usuario.

Es así que a fin de poder conseguir el propósito de estudio se desarrollan cinco capítulos los cuales a continuación se describen: primero se encuentra el capítulo I, donde se especifica el problema de investigación, allí se planteó y formula el objetivo tanto general, así como los específicos, limitaciones, justificación y problema. Luego se ubica el capítulo II, en el cual se detalla el marco teórico a través de las bases teóricas y los antecedentes lo cual sustenta la investigación

acerca de las variables calidad percibida y satisfacción del usuario. Después se encuentra el capítulo III que integra la operacionalización de las variables y las hipótesis. Posteriormente se muestra el capítulo IV, donde se presenta el tipo alcance o método usado como base para desarrollar el trabajo, el diseño, la población y muestra de la que se obtiene la información, las técnicas e instrumentos que se propone para recoger la data y las técnicas a usar para realizar el análisis. También se encuentra el capítulo V, en el cual se da a conocer los resultados, su correspondiente análisis y la discusión de estos resultados, como último punto se detallan las recomendaciones, conclusiones que corresponde y la bibliografía considerada durante el desarrollo.

Finalmente, la investigación servirá también como base de otras investigaciones en relación al impacto que genera el programa social que brinda alimentos variados y nutritivos en los niños y niñas de nuestro país. Esta tesis es el resultado del programa que, por años, se viene ejecutando, pues si el objetivo del programa es contribuir a un mejor crecimiento y desarrollo de nuestros niños, se debe dar a conocer una línea base de cómo se encontró en los primeros días de atención a los niños y cuánto se ha mejorado hasta la actualidad, tanto física, motora y cognitiva. Por ser el programa Qali Warma parte de una política pública se debe estudiar y analizar la calidad de gasto De acuerdo con los recursos que se han asignado y si estos fueron empleados de la manera más idónea coherente y responsable en favor de todos los peruanos.

Los autores

Capítulo I. Planteamiento del estudio

1.1. Planteamiento y Formulación del Problema

1.1.1. Planteamiento del problema

Para Machaca (2020), es ampliamente discutida la efectividad de los programas sociales ejecutados por los distintos gobiernos en distintos países, estas inversiones que se realizan buscando mejorar el bienestar de los ciudadanos y muy en especial de los de los más vulnerables termina siendo insuficiente y en muchos casos o sirviendo como objeto de corrupción. Muchos de los programas sociales están dirigidos a los colegios estatales teniendo muchos inconvenientes en la distribución, entrega y calidad de los alimentos; ventilando así que no se tienen los recursos necesarios, los procedimientos adecuados y una operatividad ineficiente para poder atender y ser las necesidades de los estudiantes y en consecuencia no consumiendo los productos.

En América del Norte, según Silva et al. (2021), existe un bajo porcentaje de población vulnerable, el Estado no ve este como política pública, sin embargo, el no aprovechamiento de los alimentos preparados es un problema con que tienen que lidiar, porque son toneladas de la producción mundial de alimentos, en todos sectores productivos, se pierde a lo largo de toda la cadena de valor de los alimentos.

Respecto a ello, surgieron los Programas Alimentario Escolares (PAE), a fin de enfrentar la malnutrición y pobreza, lo cual es una condición en que muchas personas se encuentran, donde los que tienen una mayor vulnerabilidad son los niños, a quienes no se les brinda productos alimenticios que sean agradables. Dichos inconvenientes aun no fueron revertidos según indicó Febres y Mercado (2020), ya que de acuerdo con el informe realizado por la FAO (2019), luego de haber realizado una exhaustiva investigación sobre este tema, se obtiene que son cinco millones de niños que, a pesar de ser un derecho el obtener estos beneficios, no se logra que eso se dé manera precisa, inmediata y constante, incluso se logró descubrir que esos hechos se producen más en lugares en donde la comunicación es escasa, es decir, zonas rurales.

En referencia a Perú, Machaca (2020) precisó que en el acontecer de la

realidad es preocupante, a partir de 1972, se intentó dar origen a escenarios referentes a la alimentación de los escolares; luego en 1974, se crea el Ministerio de Alimentación, encargada de determinar la organización a fin de recepcionar cada una de las donaciones que provienen del exterior, cuyos resultados fueron poco efectivos, por ese motivo es que en se crea el PDVL(Productora y Distribuidora Venezolana de Alimentos S.A.) en los años 80, mientras que el PRONAA fue creado en los 90, finalmente por DS 008 del MIDIS en el 2012, el PNAEQW. A pesar de ello los resultados no han sido los esperados, Campomanez (2018) precisó lo siguiente:

Por causa de que los beneficiarios muestran una actitud reacia para el consumo del producto que se les ofrece, por lo cual no se ha cooperado para fomentar el fortalecimiento y aprendizaje del comportamiento de las niñas y niños, en función de ello intervenir en el proceso educativos de manera dinámica (p. 45).

Asimismo, mencionó Palacios (2017) que el contexto actual da a conocer que el Estado peruano viene destinando presupuestos para que lleguen a los escolares matriculados un menú escolar, especialmente para primaria e inicial, para de esa manera poder disminuir la malnutrición y acrecentar el rendimiento académico, sin embargo, es escaso y precario el interés por conocer si estos niños con lo que les ofrecen se sienten satisfechos, ya que no han sido establecidos parámetros responsables y serios a fin de verificar si es consumido todo lo que envía el PNAEQW. Frente a lo mencionado, sostuvo Estrada (2020) que las mediciones recientes acerca de la aceptabilidad del menú escolar que ofrece a los niños el PNAEQW, dio como resultado que solo en un 50 % se consumía y lo demás era descartado; en este sentido, no sirve que los alimentos posean disposiciones de salubridad impecables y contengan un valor nutricional elevado si no los consumen los escolares, lo cual para el PNAEQW comprende un fracaso, ya que no se estaría garantizando que los alumnos permanezcan en su institución educativa.

De manera que presentan limitaciones serias los servicios que brinda el PNAEQW, puesto que todavía no se sabe cuáles serían las necesidades e

intereses que los niños afrontan respecto a su alimentación. Para Chero (2020), si este servicio es gratuito no significa que debe tornarse en una justificación a fin de que sus derechos sean vulnerados, todavía cuando recientemente se vienen efectuando esfuerzos notables para convertirse en una referencia de alimentación brindada por medio de la institución educativa, la cual pueda resultar atractiva para los niños, con una alimentación sana que les posibilite ejecutar de modo aceptable sus actividades, así como lo indicó Barranzuela (2020), no obstante, acorde a Francke y Acosta (2020), los inconvenientes se mantienen latentes, ya que no son los más apropiados los modos de ofrecimiento y por la desaprobación de las niñas y niños al consumir los alimentos enviados por PNAEQW.

El proceso que se desarrolla en las IE de la provincia de Cañete son efectuados en el nivel primario, demuestran una ineficiencia en todos los ámbitos que dentro de ella se produce, es decir, los mismos beneficiarios son quienes no aceptan recibir los alimentos, por diversas razones, una de ellas es que dentro del programa de alimentación el menú no tiene rotación, casi todos los días es lo mismo. Por ende, hay interés escaso de los estudiantes, además porque el procedimiento de consumo, distribución y adquisición de los alimentos no se efectúa asistiendo el escenario socio cultural de todos los estudiantes del sector, sumado a ello la probabilidad de la existencia de una inadecuada educación alimentaria en los hogares de las familias de los beneficiarios del PNAE Qali Warma, acontecimientos que conforman una limitante para la consecución de los propósitos del PNAEQW en las IE de la provincia de Cañete.

Por ello, esta investigación a través de la observación de los productos entregados, la percepción y una serie de comentarios que brindan los apoderados involucrados directos con el proceso de entrega de los alimentos en las IE de la provincia de Cañete se denota la inconformidad sobre el producto entregado, la desconfianza sobre la procedencia y producción de los alimentos y las expectativas que aún no han sido cubiertas de forma idónea. En ese sentido no se distingue claramente que algún factor determine la satisfacción del usuario. Todo este escenario genera la necesidad de conocer si la calidad del producto entregado tiene relación con la satisfacción del usuario, De acuerdo con los resultados que se obtengan se dará a conocer a las instituciones educativas,

padres de familia, al proveedor y programa de Qali warma para que tomen medidas correctivas o refuercen las acciones que realizan. Por lo mencionado líneas antes, nos permite formular las preguntas de investigación, que se deslindan a continuación.

1.1.2. Formulación del problema

A. Problema general

¿Cuál es la relación entre la calidad del producto entregado por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y el grado de satisfacción de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022?

B. Problemas específicos

PE1: ¿Cuál es la relación entre la calidad del producto entregado por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y el valor percibido de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022?

PE2: ¿Cuál es la relación entre la calidad del producto entregado por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y la confianza de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022?

PE3: ¿Cuál es la relación entre la calidad del producto entregado por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y la expectativa de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022?

1.2. Determinación de objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la calidad del producto entregado por el

Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y el grado de satisfacción de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022.

1.2.2. Objetivos específicos

OE1: Determinar la relación entre la calidad del producto entregado por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y el valor percibido de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022.

OE2: Determinar la relación entre la calidad del producto entregado por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y la confianza de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022.

OE3: Determinar la relación entre la calidad del producto entregado por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y la expectativa de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022.

1.3. Justificación e importancia del estudio

Las razones que nos permiten presentar este trabajo son que, mediante su desarrollo, se intenta brindar aportes científicos orientados a la exploración del discernimiento de la problemática relacionado con el vínculo existente en medio de la calidad del producto que entrega el PNAEQW y conocer qué tipo de nivel de satisfacción es el que se produce en los beneficiarios del programa. A partir de la posición práctica se pretenderá que sus resultados posean un empleo concreto en el escenario que presentan los alumnos de las mencionadas instituciones educativas y finalmente desde la mirada metodológica, tomando el apoyo de la utilización de instrumentos confiables y válidos, los cuales en un futuro podrían ser empleados en otros estudios.

1.3.1. Justificación teórica

Este trabajo facilitará crear y organizar conocimientos teóricos que favorecerán al PNAEQW, a todos los involucrados de las IE del nivel primario de la Provincia de Cañete, como educadores, personas que investigan y otros que

tengan interés en el estudio de nuestras variables en cuestión, la mencionada información será parte de los resultados de una exhaustiva indagación de algunos sitios informativos.

1.3.2. Justificación práctica

También, se considera que realización de acciones que forman el conocimiento de la calidad y la satisfacción a estudiar, posibilitará el fortalecimiento de las competencias de las personas encargadas de la administración del PNAEQW, con la finalidad de que los estudiantes y directores de dichas instituciones donde se desarrolla el estudio tengan una mayor aceptación a los productos que ofrece dicho programa, cooperando con la consecución de los propósitos que posee el Estado peruano.

1.3.3. Justificación social

Vista la necesidad de poner en práctica diferentes metodologías gracias a los resultados obtenidos en este estudio, estas podrán implementarse para poder controlar la calidad del PNAEQW, cooperando de forma efectiva en el descarte de la desnutrición en los niños y haciendo mejoras en las circunstancias biológicas para ellos, con la finalidad de beneficiar el rendimiento de su aprendizaje. Asimismo, facilita la adaptación y el diseño de instrumentos para recoger los datos; estos serán confiables y válidos, especialmente conforme el diseño del estudio y de manera ordenada, ello podrá ser empleado por otras personas que desean investigar considerando nuestra metodología.

1.4. Limitaciones de la presente investigación

La limitante que se suscita en el presente documento del estudio de investigación sobre los temas calidad y satisfacción es basado en encontrar la relación que se puede dar entre ambas variables, así también determinará los niveles en los que se encuentran cada una de las dimensiones así como las variables antes mencionadas sin embargo, por el alcance de investigación no se desarrollará otras variables que no se presentan en el estudio, no se buscará determinar las causas de los acontecimientos que se puedan presentar en la investigación, no se intervendrá o manipulará en el comportamiento de alguna de las variables.

Para realizar de forma detallada y exhaustiva este estudio se cuenta con la participación de los apoderados de los beneficiarios del PNAEQW para poder ser encuestados, lo cual se planea realizar de forma profesional guardando la confiabilidad y confidencialidad, con la finalidad de mitigar la probabilidad de la obtención de datos e información inexacta o poco representativa para el muestreo, para lo cual se han establecido las pautas aplicativas de exclusión e inclusión, a fin de permitir el empleo de los instrumentos de forma eficiente.

Capítulo II. Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la Investigación

Para poder desarrollar adecuadamente el presente estudio fue necesario recurrir a diversas fuentes en donde se hayan investigado las mismas variables que del presente estudio; razón por la cual se realizó una intensa búsqueda de diversos trabajos de investigación considerando estudios internacionales, dentro de los cuales se puede destacar:

Ámbito internacional

Niño et al. (2019) realizaron una investigación centrada en recopilar información relevante sobre la percepción de satisfacción de los beneficiarios del programa de alimentación estatal en Colombia, dirigido a los escolares de Bucaramanga. El objetivo principal del estudio fue investigar la prevalencia de dicha percepción entre los beneficiarios del programa. La metodología aplicada en el estudio estuvo conformada por un estudio de corte transversal, analítico y con un enfoque cuantitativo se procedió a hacer el estudio correspondiente a 401 escolares quienes recibían los servicios del programa. Con respecto al análisis de la información se ejecutaron diversas pruebas para poder obtener resultados siendo que estas pruebas consideradas han sido el chi cuadrado, el test de student y la relación lineal. Los resultados han logrado demostrar que la percepción de los miembros beneficiarios alcanzan un nivel alto de satisfacción, con la diferencia que estos miembros se encuentran en una posición económica A; mientras tanto los otros miembros que se encuentran en una posición económica B y C han demostrado tener una percepción baja debido a que según ellos consideraron que las porciones de los alimentos no lo satisfacen en su totalidad; también se encontraron resultados en donde se evidencia que es el 25 % de la muestra son quienes decidieron tomar medidas con respecto a las raciones provenientes son quienes optaron por desechar los alimentos, estos estudiantes se encontraban en un nivel socioeconómico medio alto y medio. Los resultados dan a conocer que los programas deben ser más minuciosos con respecto a los lugares donde se le va hacer llegar los alimentos, además de tener en cuenta la necesidad que se tiene en cada lugar y así solamente aquellas personas que sepan valorar y necesidad estos alimentos puedan ser los únicos beneficiarios

Por su lado, Benites y Johnson (2022) ejecutaron acciones para investigar la calidad que tiene el programa alimentario en Guayaquil, cuyos beneficiarios de este programa directamente son los escolares. El objetivo de la investigación es diseñar un modelo que permita brindar calidad en el servicio del programa, sin embargo, para ello fue necesario que los investigadores conocieran primero la percepción del servicio brindado actualmente en el programa PAE. La metodología de la investigación estuvo conformada por diversas investigaciones mismas que permitieron que fuese posible el desarrollo del estudio; siendo estas investigaciones de base descriptivo, básica con un enfoque cuantitativo y no experimental, además la población estuvo concertada por 596 trabajadores de los que solamente 234 fueron los seleccionados para la muestra de la unidad de investigada, siendo la unidad investigada las instituciones públicas. Los resultados encontrados en la investigación dan a conocer lo siguiente: la calidad percibida en los servicios brindados dentro del programa se encuentra en un 51.3 % como baja y como alta en un 13.2 %, sin embargo, como un nivel medio se encuentra que 35.5 %; además se muestran otros resultados en donde se da a conocer que la dimensión de confiabilidad se encuentra un 49.1 %. Todos estos resultados dan a conocer que la calidad percibida en el servicio brindado dentro del programa es considerada como de baja calidad, razón por la que se procede a la creación del modelo predictivo.

A su vez, Sánchez et al (2022) llevaron a cabo la ejecución de una investigación en donde se consideró oportuno estudiar a la eficacia, la percepción y el impacto que genera en los beneficiarios el programa de alimentación, el mismo que fue creado con la finalidad de proveer alimentación a los estudiantes de las distintas instituciones de todos los países ubicados en la región de América Latina. El objetivo de la investigación fue determinar la ubicación, el impacto y la percepción de los usuarios en relación al servicio que brinda el programa. La metodología que utilizaron los investigadores estuvo estructurada bajo una investigación básica, descriptiva y explicativa, la muestra se conformó por 25 distintas fuentes de información. Los resultados encontrados demostraron que el impacto generado por los programas en América Latina no afectan en ningún momento el rendimiento académico de los estudiantes, tampoco tiene efectos muy sobresalientes sobre casos de anemia o desnutrición, lo que sí es que influye en

la concentración, ya que los estudiantes son quienes consumen estos alimentos llegan a concentrarse mejor. Con respecto a la percepción que tienen los usuarios de estos programas se ha logrado encontrar que en el caso de Chile son distantes, es decir, esos usuarios no consideraron que les gusta o disgusta los alimentos, en el caso de Brasil se evidencia que la percepción de los usuarios es baja, mientras tanto en Colombia la percepción es positiva más en el tiempo de pandemia en el que se vivió. Por lo que se concluye que el impacto que genera el programa en la gran mayoría de países es bueno, porque les permite a sus ciudadanos poder tener mayor concentración en sus deberes y así mismo la eficacia del programa no es muy bueno ni tan malo por lo que se debería de analizar los programas e implementarlos con más infraestructuras para su preparación; con respecto a la percepción que tiene la muestra se llega a determinar que los usuarios consideraron que los alimentos brindados en estos programas son regulares, debido a que hay en algunos países que en otros que el programa no llega hasta sus zonas más alejadas por lo que el programa no puede ser blindado a toda su población

En el ámbito nacional, se presentan las siguientes investigaciones:

Martel (2018) consideró llevar a cabo la investigación en donde se enfocó en estudiar la calidad que perciben todos los participantes del programa Qali Warma y la satisfacción que este programa genera en ellos; tomando como unidad de investigación a todas las instituciones educativas que son parte de la geografía de la región de Lima. El objetivo general fue determinar la relación que se podría estar generando entre las variables investigadas; en el marco del desarrollo del estudio se requirió hacer uso de diversas estructuras de investigaciones con las que se consiguió definir los limitantes del estudio, habiendo considerando las siguientes investigaciones: básica, enfoque cuantitativo, no experimental y correlacional, la población fue 294 padres de familia como la muestra quienes resolvieron dos cuestionarios. Finalmente, el autor llegó a concluir lo siguiente: entre las variables se manifiesta la existencia de una relación, la cual se caracteriza como positiva fuerte porque el resultado obtenido por Rho de Spearman es de 0,795.

A su vez, Pampa (2021) realizó la investigación sobre el programa Qali

Warma en donde al igual que Martel (2018), planteó las mismas variables, el autor determinó que su objetivo se enfocara en determinar si hay una relación entre las variables. La metodología estuvo conformada por la investigación no experimental, correlacional, enfoque cuantitativo, la muestra considerada fue la cantidad de 53 instituciones educativas. Los resultados encontrados dan a conocer los siguientes: existe evidencia sobre la influencia que se genera entre las variables debido al resultado arrojado por el coeficiente rho de Spearman en cual resulta tener una correlación de 0,876; por lo que se concluye que en el trabajo de investigación es la seguridad que se percibe en la calidad de los servicios brindados por el programa que permite generar satisfacción en las instituciones.

Por su parte, Echegaray (2021) llevó a cabo el desarrollo y culminación de un estudio referente a temas como la calidad brindada en el proceso del desarrollo del servicio hacia el cliente de Qali Warma. Una totalidad de 120 beneficiarios fueron considerados como muestra, los cuales respondieron diversos cuestionamientos. A razón de todo ello concluyó que, en efecto, contar con una calidad de servicio presenta un buen nivel con un 43.7 % y con un 41.7 % un nivel medio.

En el ámbito local se encontró lo siguiente:

Matos (2022) realizó un trabajo de investigación en donde el autor consideró que el estudio debe enfocarse en investigar dos variables y si entre ellas se estaría generando alguna relación, el estudio se ejecutó en el programa Qali Warma. Respecto a la muestra esta se constituyó por 100 padres quienes respondieron las interrogantes plasmadas en una encuesta. Los resultados muestran que el valor del coeficiente de correlación es 0.833. Para finalizar este estudio se concluye con la existencia de una relación entre las variables.

Los trabajos preliminares considerados en su mayoría presentan coincidencias en el grado de correlación obtenido, pues presentan un valor por encima de 0.6 siendo esto la clara muestra de la existencia de una relación positiva, los estudios que contemplan las mismas variables que esta investigación, obtuvieron valores de hasta el 0.9 de grado de correlación, y coincidiendo todos en la existencia de una correlación significativa.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Calidad percibida

A. Aproximación al concepto de la variable

Kotler y Armstrong (2003) sostuvieron que está referido a la calidad que un cliente piensa que posee un determinado bien, esta puede o no tener una coincidencia, sin embargo, se relaciona con una perspectiva subjetiva complementaría, es decir, que es la idealización que se origina en el cerebro de los clientes, y es presentado en circunstancias en donde el cliente está adquiriendo un producto, esperando que lo que ha pensado acerca de lo que adquirió, sea en realidad de esa manera y le solucione su problema, necesidad que tenga; se trata de un concepto más abstracto que de una cualidad extrínseco o intrínseco de un determinado bien. Los autores aseguran que se definió también por la comparación que llegan a realizar mentalmente los usuarios del servicio entre lo que ellos creen que les van a brindar con lo que realmente les brindan.

Así también, Bernal (2014) entendió cómo la percepción que tienen los clientes respecto a la supremacía o excelencia de un servicio o producto es el resultante de la contraposición entre la apreciación y expectativa de los usuarios en referencia de cierto servicio o bien. También, se da a conocer qué esta percepción se puede suscitar en dos momentos diferentes siendo que el primer momento se encuentra enfocado directamente en algo abstracto e intangible y el segundo momento se encuentra en algo tangible esto se genera porque existe una diferencia entre ambos momentos y esta diferencia se encuentra arraigada al hecho de que la primera se enfoca en lo que se piensa y la segunda en lo que se experimenta; es decir, que todos los consumidores de un producto o servicio van a primero tener un pensamiento idealista sobre lo que espera recibir cuando realizan la adquisición de un producto o servicio; mientras, que en el segundo momento estos mismos consumidores van a tener abiertamente la experiencia sobre lo que llegaron a conseguir con la adquisición que realizaron.

De acuerdo con lo dicho por los autores, se llega a entender que la percepción de calidad, es la que un cliente percibe cuando recibe un servicio o producto. Aunque no siempre se espera tener una respuesta positiva puesto que

ello depende de lo que exige cada uno de los clientes. Cierta categorización de la calidad posee sus efectos más profundamente del método al exponer una externa apariencia y concentrarse en las apreciaciones y percepciones de los consumidores, los cuales son en realidad los concededores de la calidad. Consecuentemente, los clientes se transforman en los protagonistas, para la noción nueva de calidad ellos son un elemento indispensable.

Asimismo, son los pensamientos estandarizados en un nivel en donde se acoge a lo increíble, a lo realmente perfecto y exacto para las circunstancias del momento, no obstante, estos pensamientos no nublan la realidad de las cosas.

Mientras que Araujo et al. (2010) indicaron el entendimiento de la calidad como una perspectiva que presentan los clientes, respecto a un servicio o bien, por tal motivo es fundamental su valorización crítica. Debido a lo cual, aumentar la calidad que se percibe contiene dirigirse de modo directo con los consumidores, conocer cada uno de sus requerimientos y poder adaptar el servicio de tales necesidades. Para Long y McMellon (2004) consiste en el “fruto de la contrastación realizada entre la calidad que se aprecia y la que el cliente espera” (p. 25); enfocándose en esa dirección la manera de apreciar la calidad se va a enfocar y entender en la relatividad que llega hacer la subjetividad del precio del servicio a adquirir y este va a jugar un papel importante porque dependiendo de valor que tenga el servicio los usuarios estarán dispuestos hacer la cancelación económica del valor de él; por lo que se estaría englobando en el pensamiento de la inversión que están haciendo los consumidores.

Nuevamente se recalca cuán importante es la calidad, la cual se entiende como forma de generar un concepto o forma de algo en dirección a enfatizar la satisfacción que se produce al recibir un servicio. Los pensamientos que los clientes llevan consigo para el momento en que se pretende tener una adquisición deben ser siempre tomados en cuenta por los expertos considerando este como un puente mental que termina uniendo la fantasía con la realidad, el cruce del puente es el punto clave para conseguir clientes recurrentes.

B. Calidad basada en el servicio

El servicio, acorde con Ruiz y Olalla (2001), “incluye una variedad de definiciones. Es entendido como toda prestación o servicio de clase cualitativa y cuantitativa que juntamente va a la principal prestación, sea en un servicio o producto” (p. 56). En relación con eso se particulariza, ya que acude a menores elementos que en conjunto cooperan en la optimización del producto sea como producto o prestación. Teniendo en cuenta ello, el servicio es uno de los bienes que ha sido descrita de una manera más sencilla y menos compleja, aunque no se puede definir como tal ni explorarla, ya que se suscitan dentro de ella la introducción de diversos factores que van a determinar si en verdad el servicio prestado es de calidad o no lo es; por lo que para estos autores la calidad resulta ser la cantidad de beneficios que llegan a obtener los consumidores quienes adquieren el servicio.

Tomando en cuenta lo mencionado se evidencia que el servicio posee diferentes concepciones, sin embargo, en esta situación se entiende como una agrupación de acciones y operaciones realizadas, finalizando en el ofrecimiento de un servicio excelente, no obstante, se da a conocer luego de la prestación del servicio y apreciar el rechazo o aceptación del cliente.

Dicho esto, los beneficiarios llegan a tener una percepción definida con respecto a la entrega de los productos que se les entrega, tomando en cuenta que la calidad no solo consiste en los insumos o preparación del mismo, sino como nos mencionó la teoría también es la valoración del producto recibido en este caso el producto consumido y que este sea del agrado del estudiante como cliente final.

C. Calidad basada en la atención

Estrada (2007) indicó lo siguiente:

Fundamentalmente se trata del cómo se ofrece a los clientes, involucra el cumplimiento de las políticas que posee la entidad sea pública o privada. Por ende, se evalúa a fin de resaltar la manera en que es brindado el servicio, de esa manera respalda la seguridad y beneficio, dándoles confianza a sus clientes y así dar satisfacción a sus necesidades; también comentó qué tipo de atención se da sobre la base de un conjunto de diversas decisiones y funciones que son relacionadas entre sí para poder

ofrecerle al cliente productos y servicios según sus necesidades y requerimientos además de tener en cuenta los espacios de tiempos en el que se presenta estos requerimientos todo esto con la finalidad de poderle ofrecer y garantizar que la atención que se le está brindando es el adecuado” (p. 33).

Se evidencia que cuando el autor mencionó esta calidad afirmó que se centra en la forma de satisfacer la necesidad que tiene cada usuario.

Warma (2019), mencionó que el programa tiene como objetivo brindar alimentos nutritivos y balanceado a todos los estudiantes de las escuelas públicas de nuestro país, sobre la base de los hábitos de consumo locales de acuerdo con la zona donde residen, asegurando que los insumos sean de primera calidad; sin embargo, la entrega y presentación difieren de la presentación de los alimentos en las mesas de los estudiantes. Y, como mencionan los autores líneas antes, la finalidad esencial de toda organización es que las personas que adquieran los servicios se sientan satisfechos y complacidos, porque depende de ello el crecimiento o permanencia del programa alimentario, esto quiere decir que si los escolares no van a querer consumir estos alimentos y los van a desechar en un periodo no muy lejano, el programa deberá de dejar de funcionar debido a que no está cumpliendo con su objetivo ya que al suscitarse esta situación se estará denotando que los alimentos del programa no son los que los escolares requieren y necesitan, es por ello que ellos están optando por desecharlos; tener esto en cuenta es fundamental para la existencia del programa por la misma razón que 1 de sus objetivos es que permitan brindar alimentos nutritivos y que estos sean balanceados para que en el momento de proveerles a los escolares estos puedan sentirse satisfechos y alimentados.

D. Dimensiones de la calidad percibida

Kotler y Armstrong (2003) consideraron como dimensiones de esta variable a las siguientes:

a) Elementos tangibles

Se refieren Kotler y Armstrong (2003) a las características tangibles y al perfil de los proveedores, en otras palabras, trabajadores, aparatos,

infraestructura, los cuales tienen interacción con los consumidores cuando estos adquieren los servicios que necesitan. Para Ruiz (2001) “es tangible un elemento cuando de alguna forma este se puede contrastar o manipular. Por lo tanto, es entendido como algo que puede ser percibido de manera precisa”; por lo tanto, son aquellos elementos que pueden ser fácilmente vistos, degustados, tocados siendo lo opuesto a la tangibilidad (p. 62).

Acorde a lo que se expresó, estos elementos comprenden todo aquello que se puede tocar y ver, sobre la base de lo que van a sentir los consumidores al tocar y visualizar estos elementos, se creará un pensamiento crítico en donde se podrá calificar y apreciar según la percepción de los clientes si el servicio deberá ser adquirido o no. Por tal razón, es necesario que todas las organizaciones e instituciones tomen en cuenta que la satisfacción de sus clientes no solamente se genera cuando se le da a conocer el servicio o producto que ofrece si no también cuando estos perciben cómo es el funcionamiento dentro de las instalaciones de las organizaciones y de qué calidad son los materiales de su infraestructura, equipo y mantenimiento porque según sea la calidad de estos materiales se podrá asegurar el bienestar de sus trabajadores por ende hará pensar a los clientes que las organizaciones se preocupan por todos los miembros que integran y llevan a cabo la ejecución de cada uno de sus procesos. Todo esto hará crear una imagen impecable de la organización permitiéndole obtener una ventaja sobre aquellas de su competencia y hacer que puedan llegar a alcanzar el éxito tan ansiado.

Acorde con lo que se expresa los elementos tangibles son materiales que se usan para dar inicio al proceso de elaboración de estos productos que requieren de una inspección minuciosa y detallada sobre el estado de las materias primas, razón por la cual es necesario que se lleve a cabo la designación a diversos profesionales que cuentan con el conocimiento requerido para inspeccionar y analizar estas materias; debido a que en el momento en el que los consumidores llegarán a palpar y visualizar los productos notarán visiblemente su estado, esto puede influenciar de manera negativa o positiva en la decisión de la adquisición de estos productos alterando gradualmente la imagen de la organización. Con referencia al servicio que se brinda dentro del programa investigado en el presente proyecto es necesario que la elaboración de estos alimentos sean inocuos, y estén

preparados con materias primas altamente nutritivos; no obstante no solamente se deben enfocar en la preparación de los productos, sino que también en su presentación, porque primero estos alimentos pasarán por el sentido de la vista luego del tacto y finalmente del gusto haciendo que los beneficiarios puedan degustar de estos productos y alimentarse correctamente.

b) Fiabilidad

Para Carrera et al. (2003), “la fiabilidad hace referencia al seguimiento de alguna situación que se presente en la institución, y la forma de cómo el personal se interesa en poder resolverlas favorablemente” (p. 221).

Ruiz (2001) es la cualidad de un procedimiento a fin de efectuar un proceso o producto sin fallos e impidiendo el mínimo peligro, como principal eje beneficioso para que una organización sea competitiva y se orienta en dirección de la concretización de los productos. Esta cualidad es una de las herramientas principales que permite a las personas poder establecer una confianza con las demás personas de su entorno, todos los actos que realicen las personas van a demostrar y denotar la verdad de sus intenciones y la sinceridad de sus palabras, por lo que no es necesario que se lleguen a alterar o manipular las situaciones ni las cosas, ya que todo sucederá como debe de suceder y tarde o temprano se dará a conocer la verdad; la misma que permitirá a las demás personas conocer las verdaderas intenciones. Lo que mencionó acerca de esta dimensión, consecuentemente, se sostuvo que es fiable un determinado bien cuando este mantenga una calidad óptima, para ello se necesita contar con los determinados parámetros. Por todo lo mencionado, consiste en una primordial cualidad que corresponde a prestación de un servicio o bien, ya que mientras la calidad sea garantizada, se tendrá una fiabilidad mayor de parte de la empresa o prestador.

Dentro del programa se establecieron diversos lineamientos y políticas que permiten que todos los alimentos generados sean inocuos y se encuentren en el perfecto estado, para asegurar que esto se produzca de la manera correcta se contrataron diversos especialistas quienes tienen la labor y la responsabilidad de asegurar la inocuidad de los alimentos; del mismo modo también existen otros comités encargados de la revisión de los productos. Estos comités están en su totalidad conformados por el 100 % de las personas responsables de la custodia

de los menores que estudian en la institución; la responsabilidad y función principal de los comités es encargarse de que exista vigilancia permanente de todos los productos ingresados en los almacenes respectivos de la IE. Warma (2019).

c) Capacidad de respuesta

En la dimensión capacidad de respuesta, tenemos varios autores, entre ellos a Kotler y Armstrong (2003) mencionaron lo siguiente:

Es una habilidad que se pretende tener y reforzar dentro de las organizaciones, debido a que esta habilidad permite a todos los trabajadores proporcionarle un servicio a los clientes ofreciéndoles su ayuda incondicional en el momento en el que se produce la situación de adquisición de un producto o servicio, es decir que la habilidad tiene la finalidad de crear un espacio en donde todas las dudas inconvenientes presentadas en el momento de la adquisición puedan ser resueltas de forma eficaz y oportuna por medio de la realización de un servicio eficazmente (p. 34).

Para Ziethaml (1988), está referido al “arrojo y prestancia de los trabajadores provisos del servicio a fin de guiar al consumidor y poderle ofrecer un oportuno servicio” (p. 42).

La capacidad de respuesta son todas aquellas acciones que en el momento de su ejecución permiten proporcionar a todos los clientes el inicio de un proceso de adquisición de bienes de manera eficiente. Este proceso iniciado se dará por parte del personal de la organización; cuya finalidad resulta ser favorable para el cliente y se elimine por completo cualquiera situación suscitada en donde se presente emociones o sentimientos de incomodidad, insatisfacción duda o incertidumbre.

Es el primer paso que se ejecuta hacia el camino para ofrecer le al cliente productos, siendo este un proceso por el cual el cliente terminará por complacerse con el fin de culminar con la necesidad presente. Tomando en cuenta lo señalado por el autor, se destaca que consiste en la capacidad que posee la persona que provee a fin de ofrecer al cliente los servicios que requiere. Por lo que, tienen un papel de gran importancia todo el personal de la organización, ya que mientras

estos manifiestan entrega y disponibilidad en la atención, el servicio será más eficaz y mejor.

d) Seguridad

En referencia a este término se mencionó que la “seguridad es referente al esmero y preparación que es manifestado por el personal respecto a los servicios que se ofrecen, asimismo consiste en la habilidad presentada en los trabajadores lo cual ayuda en la credibilidad y confianza”. (Kotler y Armstrong, 2003, p. 35). Por su parte Velásquez (2011) indicó que “este término se relaciona con la condición de preparación y el servicio excelente que el personal debe tener a fin de los usuarios puedan confiar y creer. Incorpora la certeza, credulidad, decencia y profesionalismo” (pág.21).

Según lo revisado, la forma más eficaz de generarle al cliente una plenitud interna, no generarle preocupaciones y evitar que en él se creen dudas acerca del producto adquirido, con esto se pretende ser que la compra realizada satisfaga al cliente en su totalidad. Está en servicios determinados, concierne la representatividad de la verdad que se encuentra protegido el cliente en cuanto a las diligencias realizadas mediante el servicio. Se considera coherente idear que un fundamental elemento de un servicio de calidad, es tener la seguridad de que el sitio de transacción es confiable, ya que ello muestra confianza a los clientes convenciéndolos de adquirir el servicio.

Los actos realizados dentro del programa deberán de producir seguridad en todos los padres de familia o apoderados de los estudiantes, quienes reciben directamente estos alimentos para que los padres de familia de los estudiantes tengan la certeza y confianza de que sus hijos serán atendidos de forma oportuna en sus necesidades, que los productos entregados son fortificados en la medida se su edad y relacionado con su tamaño/peso, según la escala nutricional, estos alimentos no solo se deben entregar de forma continua y dinámica, sino que pueda ser consumido de forma más agradable.

e) Empatía

Denota a la atención individual que toda organización promete a sus clientes, Kotler y Armstrong (2003) y Velásquez (2011) coincidieron que la empatía

es la acción en donde se engloba todas las decisiones de generar importancia al cliente y generar la idea de ser considerado por la empresa, esta acción pretende crear un proceso de compra satisfactorio

La atención generada por parte del personal de una organización para todos los clientes que decidan optar por adquirir un producto de la tienda de esta organización deberá ser programada y efectuada de manera eficiente y correspondiente a la situación presentada en el momento en el que el cliente acuda a la tienda, toda esta acción dará a conocer la importancia que tiene el cliente para la organización; dando a conocer la consideración que tiene la organización y así finalmente provocará como resultado único que el cliente se sienta satisfecho con su adquisición.

El programa Qali warma no presenta empatía con los beneficiarios en su modelo de distribución y entrega de los alimentos, la expectativa de recibir un alimento nutritivo y que a la vez sea también apetecible y equilibrar la presentación, considerando siempre que el alumno que reciba este producto, es un niño de entre 05 a 11 años de edad, y como tal estos menores considerarán muchos otros factores necesarios para satisfacerse y valorarán entre ellos el factor del sabor y la creatividad de los envases y presentación de los productos. Es por ello que el programa debe de realizar una convocatoria abierta, en donde elegirá a la empresa que será la encargada de proveer este servicio, en donde sus procesos y en sus resultados finales puedan permitir que los menores puedan encontrar sabores deliciosos y agradables al paladar, valorando más los productos; esto se puede entender por parte algunos padres de familia que tengan un percepción errada del programa, ya que actualmente se viene reforzando la distribución y entrega oportuna de los alimentos, así como la variedad de estos, tomando en cuenta su valor nutricional del producto entregado para los usuarios.

2.2.2. Satisfacción de los beneficiarios

A. Aproximación al concepto de la variable

Bravo (2011) mencionó que se trata de “una valoración que el beneficiario hace respecto a una prestación o producto y que se focaliza en la forma cómo reaccionó a sus expectativas y requerimientos. De no ser cumplido se produciría

la insatisfacción” (p. 48). Se crea en la forma de pensar de cada cliente, y como este esperaba ser atendido, así mismo la respuesta será dependiendo a las emociones generadas en los clientes, si estos son positivos existirá una respuesta altamente positiva, sin embargo, si fuese el caso contrario, este será altamente negativo. Se ha considerado a Churchill Jr, GA y Surprenant, C. (1982) definiendo a la satisfacción como el grado de conocimiento del cual es derivado de la incompatibilidad y acodamiento de los beneficios recibidos respecto a la efectuada inversión, es originada después de consumido el servicio o producto. Clarifica el autor, que se establece como un valor del bien, producido al momento en que el usuario ha comprobado o probado, puesto que respecto a eso será expresada la insatisfacción o satisfacción provocada. Por lo que es esencial que toda organización disponga de dichos beneficios a fin de persuadir a más consumidores.

De acuerdo con lo mentado, se asume que un cliente puede dar una apreciación cuando este adquiere el servicio y está en contacto con este de esa manera puede dar a conocer su punto de vista sea satisfactorio o no, lo cual va depender del beneficio recibido. Definiendo esta variable como la respuesta de la compra de productos y la prestación de un determinado servicio, procedente de la adquisición que realizan los clientes, referentes a los costos y beneficios acerca de sus esperados efectos.

B. Importancia de la satisfacción de los beneficiarios

De acuerdo con la perspectiva de Anderson y Sullivan (1993) acerca de la satisfacción de los beneficiarios se sostuvo lo siguiente:

El valor se halla en que los usuarios complacidos se convertirán en activos para todas las empresas porque se tiene la existencia de una posibilidad que nuevamente puedan ser utilizados los productos o servicios, volver a comprar el servicio o producto asimismo expresará una buena opinión de la empresa, consecuentemente habrá un incremento en los ingresos. De no suceder ello, un cliente insatisfecho dará una negativa publicidad porque contará su experiencia, por lo que lo más probable es que reclame a la organización, y no llegue a adquirir los servicios o productos (p. 6).

C. Dimensiones de la satisfacción del usuario

Son tres las que se han encontrado y son las siguientes mostradas a continuación:

a) Valor percibido

Se trata del valor globalizado que tienen los productos para sus consumidores, en donde ellos pueden visualizar los beneficios de los servicios tomando como base lo que se da y lo recibido a cambio. Consiste también en “la valorización y predilección que se aprecia de los atributos del servicio y el efecto que produce mediante los cuales se puede lograr con facilidad los propósitos y lo que se aspira cuando sea requerido” (Zeithaml, 1998, p. 44). En la misma línea se ha recurrido a Woodruff (1997) y Anderson y Narus (1998) refiriendo a la percepción con un enfoque financiero hace alusión al beneficio social, monetario y técnico que puede ser percibido por los usuarios.

Acorde a lo expresado Bravo (2011) “es el proceder de los clientes, lo que estos perciben se entiende como proceso por el que los individuos interpretan, organizan y seleccionan los fundamentos de una significativa y coherente visión del espacio” (p. 66).

Es el valor imaginario que llega a designar el cliente al producto consumido dependiendo de la consideración y el valor que le dé el cliente a dicho producto según la experiencia que llegue a tener; si el producto resulta ser atractivo y genera una experiencia agradable y satisfactoria para el cliente, este evidentemente confiará y designará cuál producto es el adecuado, por lo tanto, el cliente llegará a aprovechar y conocer todos los beneficios de los productos. Finalmente, luego de haber conocido y experimentado para futuras decisiones los consumidores optarán por adquirir un solo producto y estarán dispuestos a pagar el valor consignado por el ofertante. En el marco de todo esto es necesario considerar que el valor percibido es adecuado este fomenta la lealtad de parte del consumidor.

De acuerdo con lo señalado por los autores, el presente trabajo busca la percepción sobre el valor percibido por parte de los beneficiarios del Qali Warma, si bien cierto los alumnos consumen los alimentos, son los padres de familia los

que tienen una opinión sobre lo entregado a sus niños, dado que ellos observan, evidencian y reflejan lo que sus niños expresan sobre lo consumido día a día.

b) Confianza

En este sentido Bravo (2011) definió “el índice que muestra la satisfacción que presentan los clientes, pretende determinar los sentimientos que el usuario tienen con referencia al servicio o producto, esta dimensión posibilita que los usuarios se fidelicen” (p. 67). Y según Anderson y Narus (1998), “hace referencia al grado de confiabilidad que es depositado por un cliente en un producto o marca determinada” (p. 44).

De todo lo mencionado la confianza en todo sistema es esencial, se considera esencial para que el vínculo usuario-producto sea exitoso, asimismo se logra en la medida y tiempo que se pueda dar un aumento de recomendación por los usuarios a la adquisición. Los alimentos entregados por el programa Qali warma, la confianza que se brinda al programa como a la empresa para estos puedan acercarse a sus niños y estos a su vez puedan llevarse los alimentos a la boca, deben contar con la aceptación de todos los padres de familia de los menores, y para esto se debe de generar la confianza necesaria para mantener el ciclo del programa.

c) Expectativas

Bravo (2011) nos indicó que toda expectativa fue esclarecida por la teoría de complacencia de los clientes y calidad de bienes, se ha interpretada como una predicción de algún efecto, resultado, creencia o previsto rendimiento en referencia a un servicio o producto. De manera general, se tiene la posibilidad de confirmar la existencia de dos aspectos fundamentales en la apreciación de expectativa: tenemos a la expectativa normativa la cual es habitual en un análisis de la situación provocada en el momento en el que se realizó el servicio, y la expectativa predictiva que se trata de la más empleada en la teoría sobre la satisfacción.

Respecto a lo dicho una expectativa consiste en el interés que un consumidor posee antes de conseguir un determinado bien y después poderlo

adquirir, de esa manera está preparado para brindar su punto de vista sobre la calidad, dándolo a conocer en el grado de insatisfacción o satisfacción que le ocasionó.

Es una anticipación de que algo bueno puede ocurrir, sobre un deseo o lo que se espera que pueda pasar, debido a que existen grandes expectativas sobre lo entregado a sus niños, esperan que el apoyo de parte del Estado para con sus niños sean aprovechados de la mejor forma, y no solo sea el propósito la entrega de un alimento, sino el consumo de los productos en los que es Estado peruano invierte un gran presupuesto venido del tesoro público, dejando espacio a la percepción de que es un gasto sin logros alcanzados.

2.2.3. Instituciones educativas del nivel primario Cañete

2.2.3.1. Instituciones educativas Particular N.º 20960 Las Salinas

La Institución Educativa 20960, Las Salinas, es de nivel primario, ubicada en el departamento de Lima, provincia de Cañete, distrito de Chilca, La dirección es Avenida Virrey Amac y Camino Real sin número. La Institución Educativa 20960, Las Salinas, se localiza en el distrito de Las Salinas, provincia de Chilca, corresponde a la UGEL 08 Cañete, la que supervisa el servicio educativo, que pertenece a la Dirección Regional de Educación DRE Lima Provincias.

La Institución Educativa 20960, Las Salinas, es más que una IE, es una familia, un equipo de profesionales capaces que velan a fin de que los estudiantes se integren adecuadamente, tanto en su vida personal como social y académica.

El nuevo sistema de evaluación debe contestar a una evaluación diferente que respete horizonte y procesos de aprendizajes de los alumnos, el sistema de evaluación constante es de manera diaria y semanal en actividades pedagógicas (AP) y EPD (evaluaciones para desarrollar)

La institución 20960, Las Salinas, quiere hallar y evolucionar personas competentes con una elevada autoestima, conocimientos, aptitudes sociales y una sólida formación académica, moral y emocional para que puedan alcanzar el éxito personal y profesional dentro de una sociedad contemporánea y cambiante.

Esta IE entrega una educación de alta calidad en un entorno de lección seguro, en donde nuestros alumnos logran su pleno crecimiento intelectual, moral, físico, espiritual, social y emocional.

2.2.3.2. Institución Educativa Particular N.º 20200 Zúñiga

La Institución Educativa 20200 se encuentra en la localidad de Zúñiga, provincia de Zúñiga, tal IE corresponde a la UGEL 08 Cañete, quien supervisa el servicio educativo, y esta última corresponde a la Dirección Regional de Educación DRE Lima Provincias.

La Institución Educativa 20200 es más que una institución educativa, es un contexto familiar, un equipo de profesionales eficientes que velan a de que los alumnos se incorporen adecuadamente, tanto en su vida como personas como también social y académica.

El nuevo sistema de evaluación debe contestar a una prueba diferente que respete niveles y procesos de aprendizajes de los alumnos, nuestro sistema de evaluación prolongado es de manera semanal y diaria en AP (actividades pedagógicas) y evaluaciones para desarrollar (EPD)

La institución 20200 quiere hallar y germinar personas autorizadas con una elevada autoestima, conciencia, capacidades sociales y una consistente enseñanza académica, moral y emocional para que puedan alcanzar el éxito personal y profesional dentro de una sociedad contemporáneo y cambiante.

En institución sabemos que en Zúñiga esta IE ofrece una educación de alta calidad en un ambiente de enseñanza seguro, en donde nuestros estudiantes alcanzan su total crecimiento espiritual, intelectual, moral, físico, social y emocional.

En conjunto estos factores constituyen el Sistema de Escuela 20200, que es una propuesta en educación metodológica guiada a obtener lo mejor de cada uno de los estudiantes.

2.3. Definición de Términos Básicos

2.3.1. Calidad percibida

Está referido a la forma de pensar del cliente en donde se llega a relacionar

con la percepción, una perspectiva subjetiva completamente.

2.3.2. Fiabilidad

Habilidad que una organización posee con la finalidad de poner en práctica el servicio que se oferta de modo permanente o adecuado. Se trata de la destreza que se presenta al momento de la prestación del servicio de forma exacta

2.3.3. Seguridad

Seguridad, referente al esmero y preparación que son manifestados por el personal respecto a los servicios que se ofrecen, asimismo consiste en la habilidad presentada en los trabajadores lo cual ayuda en la credibilidad y confianza.

2.3.4. Satisfacción

Se trata de una valoración que el beneficiario hace respecto a una prestación o producto y que se focaliza en la forma cómo reaccionó a sus expectativas y requerimientos. De no ser cumplido se produciría la insatisfacción.

2.3.5. Confianza

El índice que muestra la satisfacción que presentan los clientes pretende determinar los sentimientos que el usuario tiene con referencia al servicio o producto. Esta dimensión posibilita que los usuarios se fidelicen.

2.3.6. Programa escolar Qali Warma.

El programa Qali Warma fue creado en reemplazo del Programa Nacional de Asistencia Alimentaria (PRONAA), mediante el Decreto Supremo N.º 008-2012-MIDIS, en el cumplimiento del deber de sus obligaciones y funciones llegó a obtener resultados en donde descubrió que la ciudadanía del Estado peruano se encontraba en una situación desfavorable con respecto a la nutrición infantil, luego de haber obtenido esta información fue en el 2012, en donde en el Estado peruano se propusieron la creación y aprobación de diversos proyectos y programas con la intención beneficiar y reducir notablemente la desnutrición de los menores, entre todos estos programas se encontraba el programa nacional de alimentación escolar Qali Warma. Luego de posteriores e intensos y permanentes debates dentro del Estado peruano en el Congreso, por fin el 31 de mayo del 2012 se aprobó el programa Qali Warma, con la finalidad de que por medio de este

programa se podría dar un servicio de alimentación escolar gratuito para todos los estudiantes de los niveles primario y secundario del Estado peruano, se conoce que se ha logrado brindar este servicio a más de 91950 escolares y más de 2507 instituciones públicas en las diferentes regiones del Perú (Qali Warma, 2019).

En años posteriores se lograron implementar actividades dentro de este programa y mejorar los servicios que ofrece el programa; sin embargo, en el 2020 cuando todas las naciones se vieron afectadas por la pandemia COVID-19, este programa comenzó a tomar medidas adoptando circunstancias que permitieron adecuar el servicio del programa hacia los escolares. A pesar de todas las situaciones complejas que se vivieron en ese periodo, el programa nunca cesó, siguió haciendo que su responsabilidad cayera en los comités de alimentación escolares y en toda la comunidad educativa, para que este servicio se pudiera seguir brindando a los estudiantes, no obstante, lo único que cambió fue que se les daban raciones, pero luego se les comenzó a dar los alimentos en su estado natural, son los estudiantes y los padres de familias quienes se encargaban de hacer la preparación en sus hogares.

Para Fredy (2020), antes de la ejecución del programa alimentario, los escolares eran atendidos con entrega de diversos alimentos, los cuales se consumen en la hora del desayuno siendo estos lácteos y galletas, ahora con el programa los escolares son atendidos con la entrega de una canasta, la cual contiene alimentos como harinas, menestras, aceites, algunas conservas, quinuas y azúcar. La creación de este programa (niño vigoroso en la lengua quechua) permite que los estudiantes niños y jóvenes de la institución educativas públicas puedan obtener un servicio de alimentación que les permita poder llevar a cabo sus deberes y el cumplimiento de sus obligaciones de manera normal, asimismo el programa pretende aliviar la desnutrición en la ciudadanía del Estado peruano.

Las acciones asumidas por el programa son las siguientes: primero se tiene que brindar una asistencia a los comités para que estos puedan elaborar los menús; aprobar las distintas normas que permitan crear estándares de calidad y llegar a supervisar de manera continua la prestación del servicio para que esta se dé de manera adecuada. El programa presenta algunas características siendo las principales: conserva un menú con gran diversidad, pretender alimentar de

manera saludable a todos los estudiantes dónde se les da a conocer de qué manera deben alimentarse considerando los productos que encuentran en su entorno.

En la repartición de los productos que son brindados en el servicio de alimentación existe un comité de compra que se encarga de la división de los productos dependiendo si es zona urbana o zona rural en el caso de que sea una zona urbana son por raciones y son entregados al director, docentes y padres de familia; en el caso del rural son entregados los productos en donde se asigna un ordenamiento de recepción de las raciones para su almacenamiento y posterior entrega. La gestión del servicio alimentario se encuentra por la parte de los productos el almacenamiento, luego viene lo que es la preparación y la distribución y finalmente el consumo, para la preparación se necesita una infraestructura que cuente con un espacio necesario como es el caso de las paredes, techos, ventanas, puertas y equipo necesario como son la materia con la que se va a hacer la preparación, es decir el la leña o gas también se tienen las ollas, platos, cacerolas, etc.

Romero et al. (2016) comentó que, en el 2022, el programa llegó a un total de distribución de 3461.9 toneladas de alimentos, a los centros educativos y a solicitud de diversas municipalidades se le proporcionó a la población más de 68.73 toneladas de alimentos del mismo modo se le brindó a una porción de la población de 4528 ciudadanos a quienes se les proporcionan sus alimentos para que pudieran sostenerse; el Programa Nacional de Qali Warma cuenta con tres modalidades de entrega del servicio siendo estas a continuación:

- Primero se tiene la entrega de diversas raciones en dónde se encuentran los alimentos preparados y listas para un consumo directo.
- Segundo se tiene la entrega de los productos en su estado natural con el que se pueda preparar los alimentos dentro de las instituciones educativas.
- Tercero se entrega raciones y productos.

Dentro de la prestación del servicio del programa se han encontrado diversas dificultades las cuales han tenido que afrontar las diversas instituciones

siendo estas algunas mencionadas a continuación:

- La preparación de los alimentos se realizó en horas laborales, por esta razón resta horas de la enseñanza
- No existen ambientes creados con las instalaciones adecuadas para preparar los alimentos.
- Las raciones de los productos entregados no llegan a satisfacer la totalidad de las necesidades debido a que son raciones insuficientes
- Cuando se realizan la entrega de los productos para brindar el servicio a los escolares estos productos no llegan en el periodo mencionado suelen tener un tiempo de retraso
- Para la preparación de los alimentos son los familiares, padres de familia quienes son responsables de generar un aporte económico o en especies.
- Según la cantidad de los escolares deben ser las cantidades de las porciones que deben llegar a las instituciones, sin embargo, se ha presentado situaciones en donde las cantidades de los productos no son De acuerdo con las cantidades de los escolares
- Se presenta una deficiencia sobre el conocimiento del programa.

Warma (2019) comentó que el programa Qali Warma año tras año ha ido recibiendo diversos montos presupuestarios para su ejecución, siendo que estos montos han ido incrementando año tras año ejemplo de ello sería que en el 2014 se inició con la designación total de 1,320 millones de soles, luego en el 2018 llegó a sobrepasar una asignación de 1,594 millones de soles, y finalmente en el año 2020 la asignación llegó a 1,836 millones soles. La entrega de estos montos presupuestarios ha servido para poder brindar el servicio alimentario para todas las escuelas e instituciones públicas del Estado peruano, por lo que año tras año la entrega de los montos presupuestarios llegó a exceder un 90 %. Como se muestra en tabla N.º 01.

Tabla N.º 01
Presupuesto del Programa Qali warma (2014-2023)

Presupuesto del programa Qali Warma		
AÑOS	Presupuesto institucional de apertura	Presupuesto institucional modificado
2014	1,320,255,988	1,006,244,321
2015	1,427,499,110	1,268,129,253
2016	1,494,756,929	1,418,882,160
2017	1,590,026,870	1,468,148,688
2018	1,594,526,869	1,567,518,822
2019	1,676,644,410	1,676,058,242
2020	1,836,542,102	1,759,390,818
2021	1,869,674,086	1,858,298,651
2022	1,986,650,021	2,112,267,707
2023	2,068,828,013	2,405,116,211

Nota: Portal de transparencia Qali warma

En la tabla N.º 01 se puede apreciar un incremento en el presupuesto desde 2014 hasta 2023, junto con las modificaciones efectuadas en respuesta a los requerimientos del PNAE QALIWARMA. Estos ajustes han sido necesarios para ampliar la cobertura a un mayor número de Instituciones de Educación Inicial (IEE) en los niveles de primaria e inicial, teniendo en cuenta las características y ubicaciones de los beneficiarios del programa social, entre otros factores.

Capítulo III. Hipótesis y Variables

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

Hi: Es probable que exista una relación significativa entre la calidad que tiene el producto que es entregado en el programa creado por el estado Qali Warma; con el grado de satisfacción que se genera en los beneficiarios de las diversas instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022.

Ho: Es probable que no exista una relación significativa entre la calidad que tiene el producto que es entregado en el programa creado por el estado Qali Warma; con el grado de satisfacción que se genera en los beneficiarios de las diversas instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022.

3.1.2. Hipótesis específicas

HE1: Es probable que la calidad que tiene el producto es probable que se relacione directamente con el valor percibido de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022.

HE2: Es probable que la calidad que tiene el producto es probable que se relacione directamente con la confianza de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022.

HE3: Es probable que la calidad que tiene el producto es probable que se relacione directamente con la expectativa de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022.

3.2. Operacionalización de Variables

3.2.1. Variable independiente (V1)

Calidad del producto entregado por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma.

3.2.2. Variable dependiente (V2)

Grado de satisfacción de beneficiarios.

Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores
Calidad del producto entregado por el Programa Escolar Qali Warma	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • Envase • Presentación del producto • Apariencia del personal • Limpieza y orden
	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Precisión • Garantía • Prevención • Servicio recibido • Eliminación de fallas en la entrega • Interés por solucionar problemas
	Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de respuesta • Tiempo de entrega • Puntualidad • Oportunidad
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Credibilidad • Profesionalismo • Cortesía • Trato justo
	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Personalización de la atención • Asertividad con el estudiante • Capacidad de comunicación
Grado de Satisfacción de beneficiarios	Valor percibido	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidad • Información del programa • Conocimiento del valor energético • Conocimiento sobre los beneficios de su consumo • Conocimiento sobre la forma de consumo

Confianza	<ul style="list-style-type: none">• Confianza en la marca del producto• Confianza en el proveedor• Confianza en los insumos• Confianza en los beneficios ofertados
Expectativas	<ul style="list-style-type: none">• Expectativas en cuanto al producto• Expectativas sobre la distribución• Expectativas sobre las condiciones de consumo• Expectativas en cuanto al proveedor

Nota: adaptado del estudio de Zenaida Yossi, Martel Taquio (2018)

Capítulo IV Metodología del estudio

4.1. Método y tipo o alcance de investigación

4.1.1. Método

Se optó por el método hipotético deductivo, que posee una serie de etapas en su ejecución y desarrollo: comienza con el estudio de fenómenos, planteamiento de hipótesis a fin de exponer dichas manifestaciones. En lo posterior se infiere las proposiciones y consecuencias con mayor importancia que la hipótesis, y comprobación y verificación de las proposiciones, que con experiencia son comprobados. Dicho método impulsa a la persona que investiga a realizar una combinación del momento racional o reflexión racional (la deducción y la formación de hipótesis) con el análisis del momento empírico o la realidad (contrastación de estas, su verificación y observación) (Pascual, 1996).

4.1.2. Tipo o alcance

En este caso consideramos el tipo básico, cuya finalidad es dar un soporte a los conocimientos científicos que cooperen a las bases teóricas de la ciencia, respecto a las variables que se estudian. Acorde a Hernández et. al (2010), el tipo se trata de “la razón por la que se piensa efectuar el estudio. Si el experimento pudo o no ser efectuado” (p. 112).

A. Según finalidad

Se trata de una investigación básica, porque su propósito es apreciar la satisfacción que presentan los padres de los usuarios del PNAEQW de las IE. En este trabajo, de acuerdo con Landeau (2007), se persigue generar explicaciones o saberes que ayuden a entender el fenómeno.

B. Según naturaleza

El estudio es cuantitativo, puesto que está centrado en particularidades susceptibles y observables de cuantificación, emplea metodología analítica-empírico y se usa herramientas estadísticas a fin de analizar los datos. Para Hernández et al. (2010) “allí se utiliza la recaudación de datos a fin de corroborar la hipótesis, basada en el análisis de la información estadística y medir de forma numérica con la finalidad de comprobar teorías y determinar algún patrón de

comportamiento” (2014, página 4)

C. Según el alcance temporal

En este caso, su alcance es sincrónico y transversal, ya que se realizó un estudio del vínculo generado de las variables del estudio realizado a los beneficiarios del PNAEQW en las IE del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022, en un establecido momento.

D. Según la orientación que asume

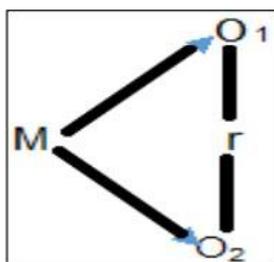
Se orienta en la contrastación y comprobación de teorías, emplea el método *ex post facto* y su finalidad es predecir y explicar los fenómenos. Usa instrumentos que corresponden al análisis cuantitativo.

Respecto al nivel corresponde al correlacional, en donde se establece el nivel de asociación o relación no causal que existe las variables a estudiar. Se interpreta que en primer lugar se realizó la medición de variables y después, por medio de pruebas de hipótesis correlacionales y el empleo de instrumentos estadísticos, los cuales dan a conocer el vínculo.

4.2. Diseño de la investigación

En referencia al diseño, se trata del no experimental-correlacional, el cual tiene como base los datos recolectados para en seguida expresar y detallar un vínculo, tomando en cuenta la información que concierne solamente a un cierto tiempo. Asimismo, se empleó procesos estadísticos con la finalidad de reafirmar la validación de las hipótesis.

De acuerdo con Hernández et. al (2014), un diseño tiene la siguiente definición: “representación organizada de proyecto en donde nos solo constituyen las interrogantes propuestas, sino especialmente trazan el sentido que se necesita considerar para ejecutar la medición de las variables” (página 3). Para tal diseño se da a conocer a continuación el grafico que lo simboliza:



En donde:

M = Padres de familia de las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022.

O1 = Calidad percibida del producto

O2 = Satisfacción del usuario

r = Índice de correlación.

4.3. Población y Muestra

4.3.1. Población

Respecto a ello para la presente investigación se identificó una población de 250 padres de familia de los niños beneficiarios del servicio alimentario del PNAE Qali Warma de la IEP N.º 20960 Las Salinas, ubicada en el distrito de Chilca y de la IEP N.º 20200 Zuñiga, ubicada en el distrito de Zuñiga. Ambos de la provincia de Cañete, departamento de Lima. Asimismo, se consideró estas instituciones educativas por el mayor número de estudiantes asistentes según base de datos de la UGEL N.º 08. Además, se verificó la disponibilidad y cooperación de los directores de estas instituciones educativas, además los padres de familia que conforman la totalidad se encuentran registrados en la Asociación de Padres de Familia.

De acuerdo con lo que indicó Hernández et. al (2010), la población se definió como un conjunto de individuos o elementos a quienes se les investiga, estos tienen características o particularidades comunes, pero especialmente son de importancia para el respectivo análisis. A continuación, se presenta la distribución poblacional en ambas instituciones:

Tabla 3*Distribución poblacional de los padres de familia del nivel primario, 2022*

Nombre institución educativa	Padres de familia/cantidad	%
IEP N.° 20960 Las Salinas	160	64 %
IEP N.° 20200 Zuñiga	91	36 %
TOTAL	251	100 %

Nota: Base de datos de MINEDU (2023)

4.3.2. Muestra

Para Hernández et. al (2010), el tipo de muestreo es no probabilístico censal, ya que se trabaja con la totalidad de la población, la cual se identifica de manera singular, ya que conforman el objetivo de la investigación.

Estuvo formada por los padres de familia del nivel primario de las instituciones educativas de la provincia de Cañete, Lima, quienes son los que se benefician del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, para obtener la aceptación correspondiente a la situación fue necesario llevar a cabo una charla con la finalidad de ofrecerles información fidedigna que permitió que el proyecto fuese aceptado, al mismo tiempo se le proporciono todas las razones y justificaciones necesarios de cómo y por qué se va a realizar la recolección de información. En este caso corresponde a una muestra no probabilística censal, porque el estudio integra por totalidad de nuestra población, que asciende a 251 personas de resultado de los criterios utilizados; siendo 270 la cantidad de padres de familia en general antes de aplicar los criterios de exclusión, y por ende la cantidad de padres descartados asciende a 19.

E. Criterios de inclusión

Para incluir a los padres de familia se toma en cuenta lo siguiente:

- Ser padres de alumnos del nivel primario de alguna de las instituciones educativas que son parte de la investigación.
- Asistir al colegio en compañía de su menor hijo o hija el día en que se desarrolla la encuesta.
- Ser parte del registro en el Padrón de la APAFA en uno de los colegios.

- Manifestar que desea y acepta participar en la muestra.

F. Criterios de exclusión

Para excluir a los padres de familia se considera lo siguiente:

- No ser padre de familia de los estudiantes de primaria de los colegios donde se desarrolla el estudio.
- No estar presente en el colegio el día que se desarrolla la encuesta.
- No estar en el registro del padrón de la APAFA de los colegios en cuestión.
- No aceptar la participación en la muestra de la investigación.

4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

En este caso fueron seleccionados los cuestionarios como mecanismo, los cuales se desarrollaron con el apoyo de la muestra que fueron considerados. De acuerdo con Hernández et. al (2010), se trata de un procedimiento que ofrece datos por medio del desarrollo de cuestionarios, dando respuestas a una respectiva cantidad de preguntas, donde cada persona encuestada detallará su perspectiva sobre el problema en análisis.

A. Instrumentos de recolección de datos

En este estudio se usó como instrumento que favorece el recojo de los datos a dos cuestionarios con preguntas cerradas, elaboradas considerando los acontecimientos que interesan para el estudio y que dieron respuesta las personas encuestadas. Sobre el cuestionario, sostuvo Hernández et. al (2010), que se trata de un instrumento cuya función es captar información por medio de una respuesta que ofrece la persona encuestada acerca de un asunto en particular o una problemática. También, Hernández et. al (2010, p. 138) señaló que un cuestionario es la herramienta que sirve para registrar información mediante las respuestas que brinda el estudiante que brinda el encuestado sobre algún tema en específico o algún problema detectado. Mencionó Hernández et. al (2010) que es un proceso que brinda información mediante el desarrollo de un cuestionario, respondiendo a una cantidad determinada de interrogantes plasmadas en un documento, en el que cada individuo encuestado especificará su punto de vista acerca del aspecto

de la problemática analizada.

Estos instrumentos se adaptaron del SERVPERF de Kotler y Armstrong (2003) y Bravo (2011), correspondiente a las dimensiones de cada variable a estudiar. A continuación, se presenta la ficha técnica que corresponde a cada instrumento:

Ficha técnica del instrumento para percepción de la calidad para la variable (X): calidad percibida.

Nombre: Cuestionario para medir percepción de la calidad

Autor: Kotler y Armstrong (2003) adaptado por Bach. Huamán Aldana, Cristhian Iván; Bach. Jinez Cuayla Yacira y Bach. Gutiérrez Lozano Giancarlo.

Lugar: provincia de Cañete.

Fecha de aplicación: Junio - Julio 2022.

Objetivo: determinar la relación entre la calidad percibida y la satisfacción del usuario del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, Lima, 2022.

Administrado a padres de familia de tres instituciones educativas. Tiempo: 30 minutos

Margen de error: 5 %

Observación: La aplicación del instrumento es individual.

Instrumento cuya función es recopilar datos referentes a la variable calidad percibida, conformada por 22 interrogantes, la escala es de tipo Likert donde se toma en consideración cinco opciones: totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), en parte (3), de acuerdo (4), totalmente de acuerdo (5).

Los instrumentos fueron validados a través del juicio de expertos, quienes fueron tres profesionales y especialistas en investigación.

Ficha técnica del instrumento para la satisfacción del usuario. Para la variable (Y): satisfacción del usuario

Nombre: Cuestionario para Medir la Satisfacción del Usuario.

Autor: adaptado según Bravo (2011).

Lugar: provincia de Cañete.

Fecha de aplicación: Junio - Julio 2022

Objetivo: determinar la relación entre la calidad percibida y la satisfacción del usuario del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, Lima, 2022.

Administrado a padres de familia de tres instituciones educativas.

Tiempo: 30 minutos

Margen de error: 5 %

Observación: la aplicación del instrumento es individual.

Instrumento cuya función es recopilar datos referentes a la variable calidad percibida, conformada por 22 interrogantes, la escala es de tipo Likert donde se toma en consideración cinco opciones: totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), en parte (3), de acuerdo (4), totalmente de acuerdo (5).

Los instrumentos fueron validados a través del juicio de expertos, quienes fueron tres profesionales y especialistas en investigación.

B. Estrategias de recolección de datos

En referencia a la recaudación de información, se efectuaron las coordinaciones con los directores de las instituciones educativas, con la finalidad de conseguir una respuesta positiva de manera previa, una vez aceptada la solicitud, se solicitó realizar reuniones virtuales y presenciales para dar a conocer los objetivos y la finalidad de la investigación académica a los padres de familia, mediante una encuesta.

Además, fueron elegidos los periodos de tiempo en un horario en el que se encuentren presentes los padres de familia, en coordinación con el director de las instituciones educativas. El propósito fue tener una neutral atmósfera donde no se origine algún sesgo en los resultados del estudio. La persona que investiga condujo el desarrollo correcto del procedimiento, donde se garantice que el total de interrogantes sean respondidas y se den solución a las dudas surgidas. Con respecto a la elección de las instituciones educativas para la investigación, se obtuvo la información de la base de datos de la UGEL N.º 08 con respecto al mayor

número de estudiantes beneficiarios del programa para poder realizar la investigación, una vez obtenida la información se comunicó con los directores de cada institución educativa para solicitarle el permiso para realizar la investigación en cada Institución educativa, aceptada la petición se solicitó el acceso a la información de cada estudiante y padres de familia, así como las coordinación de las reuniones presenciales y virtuales para informarles el objetivo de la investigación y realizar la encuesta.

4.5. Técnicas para el Análisis de Datos

El procedimiento usado para llevar a cabo el análisis de todo lo que se recogió a través de los instrumentos fue el uso de la estadística inferencial y descriptiva. Asimismo, a fin de hacer los correspondientes cálculos se utiliza el Excel y también el SPSS-25.

Respecto a la estadística descriptiva, esta fue representada mediante gráficas comparativas y simples, así como tablas de frecuencias de las dimensiones y variables en cuestión.

Finalmente, se necesitó verificar la hipótesis formulada para ello es necesario poner en práctica la estadística inferencial Chi cuadrado, la cual posibilita determinar la existencia de un vínculo.

Capítulo V. Resultados y discusión

5.1. Resultados y Análisis

Luego de todo el proceso de recojo de información, se procedió a analizar las variables de investigación, y cómo se relacionan las variables y el nivel de las dimensiones.

Para confirmar la confiabilidad de cada uno de los instrumentos se aplicó el coeficiente Alfa de Crombach por variable y se obtuvo los siguientes resultados.

Tabla 4
Estadística viabilidad calidad percibida

Alfa de Cronbach	N de elementos
,906	22

Nota: Los resultados dentro de la prueba muestran la visualización del alfa de Crombach 0.906 de calidad percibida, y se entiende así que el instrumento es muy bueno.

Tabla 5
Estadística viabilidad de satisfacción del usuario

Alfa de Cronbach	N de elementos
,895	22

Nota: Los resultados dentro de la prueba muestran la visualización del alfa de Crombach de 0.895 en la satisfacción del usuario y se llega a entender que este resultado es bueno.

5.1.1 Prueba de normalidad

Se realizó un análisis de normalidad para poder determinar si los datos recogidos difieren de la distribución normal con respecto a los datos esperados

A. Formulación de hipótesis. Variable

1

H0: Los datos tomados sobre la variable calidad percibida tienen una distribución homogénea.

$$p > 0.05$$

H1: Los datos tomados sobre la variable calidad percibida no tienen una distribución homogénea.

$$p < 0.05$$

Variable 2

H0: Los datos tomados sobre la variable satisfacción de usuario tienen una distribución homogénea.

$$p > 0.05$$

H1: Los datos tomados sobre la variable satisfacción de usuario no tienen una distribución homogénea.

$$p < 0.05$$

B. Nivel de significancia

El nivel de significancia propuesto es (alfa) $\alpha = 5 \%$ y un nivel de confianza del 95 %.

C. Estadístico de prueba

Por la cantidad de encuestados se utilizó como estadístico de ajuste Kolmogorov-Smirnov, para cada cuestionario por cada variable.

D. Formulación de la regla de decisión

H0: $p \geq 0,05$ (datos normales)

H1: $p < 0,05$ (datos no normales)

En la tabla 9 se muestra los datos de análisis de la prueba de normalidad de las dos variables.

Tabla 6
Prueba de normalidad de las variables

	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad percibida	,320	251	,000	,520	251	,000
Satisfacción de usuario	,303	251	,000	,561	251	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota: Datos obtenidos de la investigación

Conclusión: como se aprecia en la tabla 04, los resultados del nivel de significancia bilateral llegan a obtener un ($p < 0,00$ y $p < 0,00$), lo que demuestra con esto la inferioridad con el nivel de significancia de ($\alpha = 0,05$); por lo tanto, habiendo obtenido estos resultados, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula presentada H_0 y se procede con la aceptación total de la hipótesis alterna H_1 ; también se concluye de todos los datos pertenecen a una distribución no normal, por lo que se estaría haciendo uso de una correlación de Spearman.

E. Conclusión

Al obtener como resultado un $p < 0,05$, indicó que los datos muestran una distribución diferente, lo que nos lleva a trabajar con pruebas no paramétricas para tal caso, el estadístico más apropiado es la correlación de Spearman.

Prueba de hipótesis

Datos generales

El cuestionario tiene una pregunta sobre el género de los padres de familia de las instituciones estudiadas.

Tabla 7

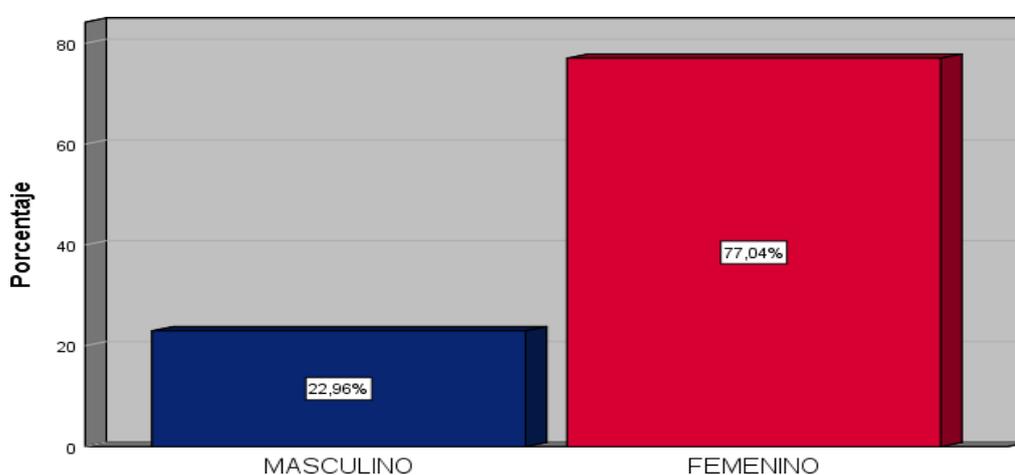
Género de los padres de familia de las instituciones educativas.

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	59	23,0 %
Femenino	192	77,0 %
Total	251	100,0 %

Nota: Elaboración de la base de datos de la investigación.

Figura 1

Género de los padres de familia de las instituciones educativas



Nota: Elaboración de la base de datos de la investigación.

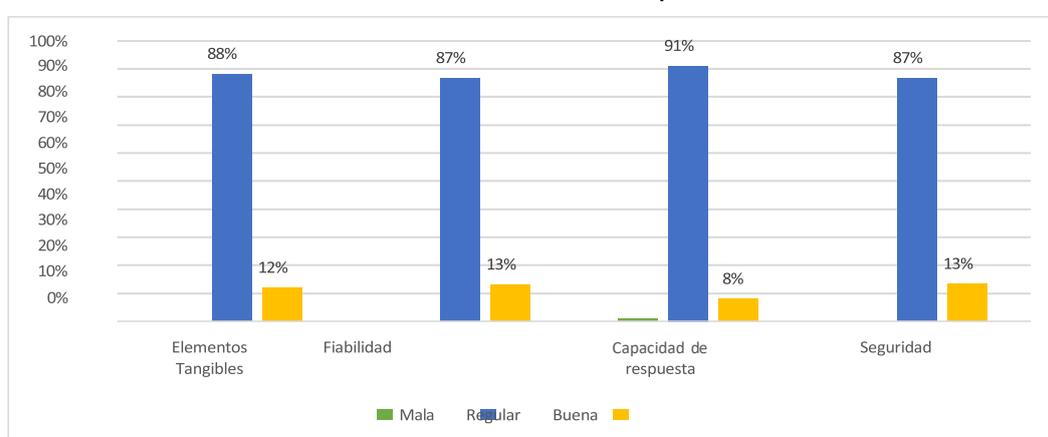
Interpretación

En la figura 01, se observa en que la frecuencia de los padres de familia de acuerdo con su género, que es el 77 % de género femenino, y un 23 %, de género masculino, debido a la zona rural donde se ubican las instituciones educativas, los padres de familia en su mayor parte trabajan en fábricas o en el campo y la labor del hogar lo ocupa la madre de familia.

Tabla 8*Niveles de las dimensiones de la variable calidad percibida*

Niveles	Elementos Tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad
Mala	0 %	0 %	1 %	0 %
Regular	88 %	87 %	91 %	87 %
Buena	12 %	13 %	8 %	13 %

Nota: Elaboración de la base de datos de la investigación.

Figura 2*Niveles de las dimensiones de la variable calidad percibida*

Nota: Elaboración de la base de datos de la investigación.

Interpretación

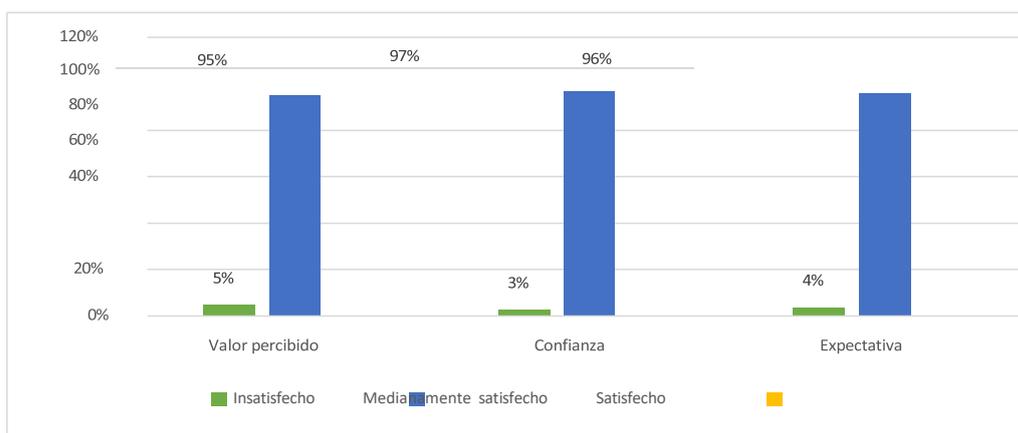
En la figura 2, se puede visualizar los niveles en los que se encuentran cada una de las dimensiones de la variable calidad percibida, los mismos que muestran niveles por encima del 87 % en un nivel regular, entendiéndose que los padres de familia no perciben una buena la calidad de los productos ofrecidos a sus menores hijos.

Tabla 9*Niveles de las dimensiones de la variable satisfacción del usuario*

Niveles	Valor percibido	Confianza	Expectativa
Insatisfecho	5 %	3 %	4 %
Medianamente satisfecho	95 %	97 %	96 %
Satisfecho	0 %	0 %	0 %

Nota: Elaboración de la base de datos de la investigación.

Figura 3*Niveles de las dimensiones de la variable satisfacción del usuario*



Nota: Elaboración de la base de datos de la investigación.

Interpretación

En la figura 3, se observan los niveles en los que se encuentran las dimensiones de la variable satisfacción del usuario, encontrándose todas en un nivel medianamente satisfechos, se puede entender que, al no percibir una buena calidad, este no llene las expectativas de los padres de familia, por ende, no se ha logrado conseguir la satisfacción completa de usuario.

Hipótesis general

F. Planteamiento de Ho y H1

Ho: No es probable que exista una relación significativa entre la calidad que tiene el producto que es entregado en el programa creado por el estado Qali Warma; con el grado de satisfacción que se genera en los beneficiarios de las diversas instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022.

H1: Es probable que exista una relación significativa entre la calidad que tiene el producto que es entregado en el programa creado por el estado Qali Warma; con el grado de satisfacción que se genera en los beneficiarios de las diversas instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete, 2022.

G. Nivel de significancia

El nivel de significancia utilizada es (alfa) $\alpha = 5 \%$ y un nivel de confianza del 95 %; el estadístico de prueba es no paramétrica.

H. Estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba el coeficiente de correlación de Spearman.

I. Formulación de la regla de decisión

Ubicación de las zonas de aceptación y rechazo según la escala de interpretación de Spearman.

$$H_0: p \geq 0,05 \quad H_1: p < 0,05$$

Figura 4

Nivel de correlación entre la satisfacción del usuario y la calidad percibida.

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a ,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a 0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a 0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a 0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a 0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

0.905

Tabla 10*Correlación entre la satisfacción del usuario y la calidad percibida*

		Satisfacción de usuario	Calidad
Satisfacción de usuario	Coeficiente de correlación	1,000	,905**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	251	251
Calidad	Coeficiente de correlación	,905**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	251	251

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

J. Conclusión estadística

Por lo tanto, habiéndose conocido la información de los resultados de los datos se procede hacer el rechazo definitivo de la hipótesis nula; por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna; dentro de esta hipótesis se procede a afirmar que la calidad que se percibe por los beneficiarios llega a influenciar de manera significativa en la satisfacción de los beneficiarios de las instituciones educativas del distrito de Zúñiga. La conclusión mencionada anteriormente se debió a que el resultado obtenido de la correlación entre las variables resulta ser muy alta con un valor de 0,905.

Hipótesis específica 1

K. Planteamiento de Ho y H1

Ho: La calidad que tiene el producto es probable que no se relacione directamente con el valor percibido de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete.

H1: La calidad que tiene el producto es probable que se relacione directamente con el valor percibido de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete.

L. Nivel de significancia

El nivel de significancia utilizada es (alfa) $\alpha = 5 \%$ y un nivel de confianza del 95 %; el estadístico de prueba es no paramétrica.

M. Estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba el coeficiente de correlación de Spearman.

N. Formulación de la regla de decisión

Ubicación de las zonas de aceptación y rechazo según la escala de interpretación de Spearman.

$H_0: p \geq 0,05$ $H_1: p < 0,05$

Figura 5
Nivel de correlación entre la calidad y el valor percibido.

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a ,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a 0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a 0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a 0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a 0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

0.741

Tabla 11
Correlación entre la calidad y el valor percibido.

		Calidad	Valor percibido
Calidad	Coeficiente de correlación	1,000	,741**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	251	251
Valor percibido	Coeficiente de correlación	,741**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	251	251

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

O. Conclusión estadística

El resultado que se visualiza en la tabla 09 hace posible obtener información con la que se pueda rechazar la hipótesis nula y proceder a la aceptación de la hipótesis alterna, dentro de esta hipótesis se afirma claramente que el valor que se percibe por los beneficiarios se relaciona directamente con la calidad que se brindan en los servicios del programa; además de ello en la tabla 09 también se aprecia que el resultado del rho de Spearman es ($r= 0.741$), lo cual indicaría la existencia de una correlación positiva, pero moderada entre las variables.

Hipótesis específica 2

P. Planteamiento de Ho y H1

Ho: La calidad que tiene el producto es probable que no se relacione directamente con la confianza de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete.

H1: La calidad que tiene el producto es probable que se relacione directamente con la confianza de beneficiarios en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete.

Q. Nivel de significancia

El nivel de significancia utilizada es (alfa) $\alpha = 5 \%$ y un nivel de confianza del 95 %; el estadístico de prueba es no paramétrica.

R. Estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba el coeficiente de correlación de Spearman.

S. Formulación de la regla de decisión

Ubicación de las zonas de aceptación y rechazo según la escala de interpretación de Spearman.

H0: $p \geq 0,05$ H1: $p < 0,05$

Figura 6

Nivel de correlación entre la calidad y la confianza.

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a ,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a 0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a 0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a 0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a 0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

0.409

Tabla 12

Correlación entre la calidad y la confianza

		Calidad	Confianza
Calidad	Coeficiente de correlación	1,000	,409**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	251	251
Confianza	Coeficiente de correlación	,409**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	251	251

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

T. Conclusión estadística

La conclusión, según los resultados que se muestra en la tabla 10, es que al tener como resultado un rho de Spearman de 0,409 se demostraría la existencia de una correlación positiva, pero moderada; este resultado estaría dando como consecuencia de la aceptación de la hipótesis alterna en donde claramente se pronuncia que existe una relación de influencia entre la confianza y la calidad.

Hipótesis específica 3

U. Planteamiento de Ho y H1

Ho: La calidad que tiene el producto es probable que no se relacione directamente con la expectativa de beneficiaros en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete.

H1: La calidad que tiene el producto es probable que se relacione directamente con la expectativa de beneficiaros en las instituciones educativas del nivel primario de la provincia de Cañete.

V. Nivel de significancia

El nivel de significancia utilizada es (alfa) $\alpha = 5 \%$ y un nivel de confianza del 95 %; el estadístico de prueba es no paramétrica.

W. Estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba el coeficiente de correlación de Spearman.

X. Formulación de la regla de decisión

Ubicación de las zonas de aceptación y rechazo según la escala de interpretación de Spearman.

H0: $p \geq 0,05$ H1: $p < 0,05$

Figura 7

Nivel de correlación entre la calidad y la expectativa.

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a ,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a 0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a 0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a 0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a 0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

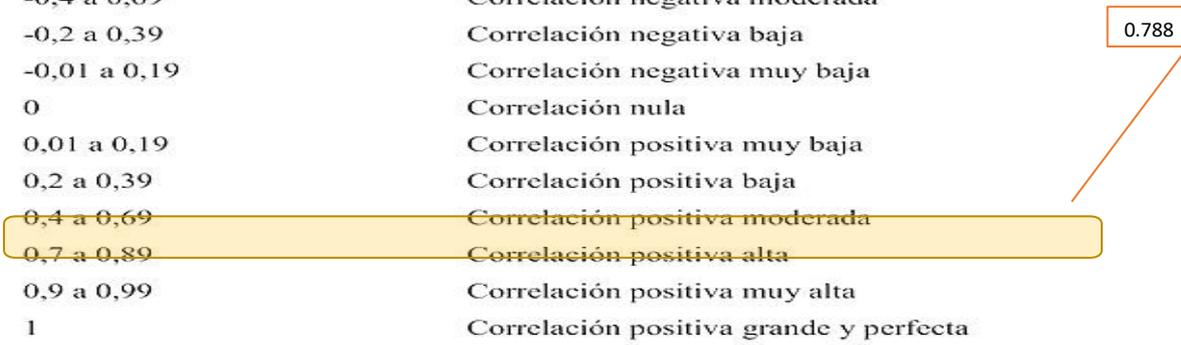


Tabla 13

Correlación entre la calidad y la expectativa

		Calidad	Expectativa
Calidad	Coefficiente de correlación	1,000	,788**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	251	251
Expectativa	Coefficiente de correlación	,788**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	251	251

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Y. **Conclusión estadística**

Por lo tanto, se rechaza hipótesis nula y se hace de toda hipótesis alterna, así también se afirma que la expectativa se relaciona con la calidad en las instituciones educativas del distrito de Zúñiga, Cañete, 2022, el grado de correlación de Spearman ($r = 0.788$), con una significancia de $p = 0.000$ y demuestra una correlación positiva alta, es decir, a mayor expectativa mayor será el grado de la calidad que esperan recibir los usuarios.

5.2. **Discusión de resultados**

En la realización de la presente investigación se determinó que el objetivo

se enfocaría en determinar la relación entre la calidad del producto percibido y la satisfacción de los beneficiarios, en donde los resultados del estudio dieron a conocer que existe una correlación entre las variables. Este resultado arrojaría que la significancia es muy alta, según el resultado arrojado por la rho de Spearman el cual es 0,905.

En este contexto, se encontraron similitudes con los resultados de Martel (2018), quien identificó una relación positiva fuerte entre las variables de Calidad y Satisfacción, con un coeficiente Rho de Spearman de 0,795. De manera similar, en la investigación de Pampa (2021), la influencia entre estas variables arrojó un coeficiente de correlación de 0,876, también basado en Rho de Spearman. Ambos estudios concluyen que la percepción de seguridad en la calidad de los servicios ofrecidos por el programa es un factor clave para generar satisfacción en las instituciones.

Asimismo, los resultados para el nivel de la variable calidad percibida muestran niveles por encima del 87 % en un nivel regular, entendiéndose que los padres de familia no perciben una buena la calidad de los productos ofrecidos a sus menores hijos, encontrando similitud con los resultados de Niño et al. (2019). Este estudio evidencia que un gran porcentaje de los estudiantes que son beneficiarios del PAE muestran un alto nivel en la percepción de satisfacción frente a las raciones alimentarias que son recepcionadas y existe un 68 % de los participantes que considera muy importante y beneficioso ser parte de este programa.

Benites y Johnson (2022) obtuvieron resultados contrarios a los presentados; pues la calidad percibida en los servicios brindados dentro del PAE (Programa Alimentario Escolar), que se encuentra en un 51.3 % como baja y como alta en un 13.2 %, sin embargo, como un nivel medio se encuentra 5 %. Todos estos resultados dan a conocer que la calidad percibida en el servicio brindado dentro del programa es considerada como de baja calidad.

Del mismo modo se estudiaron las diferentes dimensiones de la variable satisfacción de los beneficiarios en donde se pretendió conocer la existencia de algún tipo de relación con la variable calidad del producto, habiendo obtenido resultados los cuales mostrarían al igual que el resultado de las variables una

correlación positiva entre esta variable y las dimensiones siendo estos resultados obtenidos por el rho de Spearman los cuales son los siguientes: con respecto a la dimensión valor percibido el resultado es 0,741, por lo que esto es una correlación alta y un nivel de 88 % de alta, en la dimensión confianza el resultado es 0,409 resultando una correlación moderada, en el estudio de Benites y Johnson (2022) se coincide en este punto de la confianza, pues se encuentra en un 49.1 % bueno.

Y finalmente con la dimensión expectativa el resultado del Rho Spearman es 0,788 y se presenta una correlación alta. Todos estos resultados descritos anteriormente dan a conocer que existe una influencia por parte de la variable calidad del producto percibido con la satisfacción del beneficiario, por lo que se muestra cuanto mayor sea la calidad percibida mayor será la satisfacción.

Todos los resultados dan a conocer la evidencia de una correlación entre la calidad percibida con la satisfacción de los usuarios en donde se logró encontrar que los usuarios van a sentir satisfacción cuando perciban calidad en los productos que reciben. Este resultado es avalado por otros resultados realizados a otras investigaciones a las mismas variables, siendo algunos de estos trabajos de investigación realizados por Matos (2022), en donde su trabajo presentó el estudio de las mismas variables que del presente estudio y estuvo sujeta a encontrar la relación entre ellas, y se obtuvo el resultado de Rho Spearman de 0,833, esta correlación resulta ser positiva.

Al respecto el investigador Pampa (2021) llevó a cabo la ejecución del trabajo de investigación en donde profundizó a mayor detalle la información de las variables, encontrando durante su estudio que dichas variables son correlativas; es decir, que estas tienen una relación, esta conclusión fue hallada por el resultado de Spearman de 0,876 siendo esta correlación positiva significativa y alta; su investigación fue ejecutada en las IE Huaraz.

Del mismo modo, el investigador Martel (2018), en su trabajo de investigación realizado a las distintas instituciones educativas de UGEL en Lima, da a conocer la presencia de una correlación entre las variables con el resultado arrojado por Spearman de 0,795, el cual nuevamente indicaría la presencia de una correlación positiva y alta.

En la figura 01, se observa en que la frecuencia de los padres de familia de acuerdo con su género, siendo el 77 % de género femenino, y un 23 % son de género masculino, debido a la zona rural donde se ubican las instituciones educativas los padres de familia en su mayor parte trabajan en fábricas o en el campo y la labor del hogar lo ocupa la madre de familia

Finalmente se concluye que la calidad del producto va a depender de la percepción que tengan los clientes si consideraron que estos productos entregados cumplen con sus expectativas y son capaces de producirles algún tipo de beneficio satisfaciendo sus necesidades, como se evidencia en los resultados de las investigaciones mencionadas anteriormente.

Conclusiones

PRIMERO. La calidad percibida se correlaciona directa y significativamente con la satisfacción de los usuarios del programa Qali warma, corroborándose todo esto con el Rho de Spearman ($r = 0.905$), este resultado deja muy en claro evidencia que permite declarar que la correlación existente es significativa alta, quiere decir que cuanto mayor sea percibida la calidad mayor será la satisfacción de las personas beneficiarias en las IE de Zúñiga, Cañete, 2022. Esta relación se produce en cuanto el usuario tiene la percepción de no estar recibiendo un producto adecuado y este incide directamente en el grado de satisfacción pueda demostrar el usuario al consumir frecuentemente el producto ofrecido por el programa Qali warma.

SEGUNDO. El valor percibido se correlaciona directamente con la calidad percibida del usuario en las IE del distrito de Zúñiga, Cañete, todo esto se debe al resultado arrojado por el coeficiente de Spearman de 0.741, lo que demuestra se mediante ello la correlación positiva suscitada entre la calidad y el valor percibido, el resultado arrojado denota que cuando el valor percibido es la más idónea mejora significativamente la calidad. Este valor percibido es un factor importante en la percepción de la calidad.

TERCERO. El resultado de Rho de Spearman es 0.409, este resultado denota la existencia de una correlación positiva entre la confianza y la calidad, dentro de las IE en Zúñiga, por lo tanto, al reforzar la confianza del producto brindado mayor será el grado de percepción de la calidad. Es decir, si el programa Qali warma puede demostrar una buena organización de tal manera que pueda brindar sus productos sin fallos y minimizando algún riesgo para la salud.

CUARTO. La expectativa se relaciona significativamente en el grado de la calidad percibida del usuario en las IE, en Zúñiga, Cañete, 2022, esto es gracias a que el resultado de Rho de Spearman es 0.788, lo cual también indicaría una correlación positiva alta, al cumplir la expectativa con el producto brindado mayor será el grado de percepción de la calidad. Es decir, el programa cumple medianamente las expectativas en general de los usuarios, debiendo fortalecer condiciones nutricionales y de salubridad, para mejorar los niveles de percepción

de la calidad en los padres de familia en las instituciones educativas del distrito de
Zúñiga, Cañete, 2022.

Recomendaciones

PRIMERO. Es evidente la relación entre la calidad percibida y la satisfacción del cliente, por lo que se recomienda que el programa Qali warma debe poner mayor y mejor supervisión en la selección del proveedor muy en especial en el área de producción, distribución y la puesta de producto en mesa de los usuarios, las visitas guiadas y programadas a donde se procesan, ordenan y almacenan los productos puede generar mayor garantía a los padres, dado que pueden verificar de manera directa la entrega y consumo de los productos.

SEGUNDO. Se ha demostrado la relación entre el valor percibido y la calidad percibida del usuario en un grado considerable, Se recomienda que se pueda socializar y compartir los recursos humanos, logísticos y proveedores con los que cuentan el programa Qali warma para la entrega de los alimentos con los padres de familia en general, y no solo con el Comité de alimentación escolar, pues allí recae la importancia de la información a todo nivel, al menos cada semestre.

TERCERO. Se ha demostrado la relación entre la confianza y la calidad percibida del usuario en un grado de correlación moderada, Por lo que se recomienda al programa Qali warma pueda reforzar con plan de mejora continua la cadena de suministros, así como la visita constante de personal del ministerio de salud para minimizar algún riesgo o peligro en la selección, almacenaje o entrega de los productos.

CUARTO. Se ha demostrado la relación entre la expectativa y la calidad percibida del usuario en un grado de correlación significativa, Se recomienda al programa Qali warma mejorar el empaque, embalaje y transporte de los productos para que estos no lleguen revueltos y/o dañados afectando la presentación del mismo, también proponer capacitaciones en gestión de la calidad para el personal con la finalidad de mejorar la manipulación del producto; también brindar charlas sobre nutrición y calidad alimenticia, capacitaciones de cocina con recetas que puedan emplear los productos que se entregan, y de esta manera puedan aprovechar los valores nutricionales.

Referencias bibliográficas

- Anderson, J. C., y Narus, J. A. (1998). Business marketing: understand what customers' value. *Harvard Business Review*, 76, 53-67.
- Anderson, EW y Sullivan, M. W. (1993). Los antecedentes y consecuencias de la satisfacción del cliente para las empresas. *Ciencias del Marketing*, 12(2), 125-143.
- Araujo, R., Clemenza, C., Fuenmayor, R., y Altuve, E. (2010). Percepción de la calidad de servicio de los usuarios de los programas sociales en salud. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(1), 80-91.
- Armstrong, G., y Kotler, P. (2003). *Marketing: An introduction*. Pearson Educación.
- Benites, W. P., y Johnson, G. L. (2022). Calidad de servicio de un programa alimentario para asegurar la alimentación escolar en la zona 8 Guayaquil, 2023. *Ciencia Latina. Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 13353-13382. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.4334
- Bernal, A. (2014). *Fidelización de clientes en organizaciones deportivas: calidad, valor percibido y satisfacción como factores determinantes*. (Tesis para optar el grado de doctor en Educación Física y Deporte).
- Bravo, M. (2011) *Percepción de la calidad de atención que tienen los usuarios de la consulta externa del Subcentro de Salud de Amaguaña*. (Tesis para optar el título de diploma superior en gerencia y calidad en servicios de salud). Universidad Católica de Loja
- Barranzuela, L. (2020). *Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y participación ciudadana en Huarmaca, Piura*. (Tesis para optar el grado de magíster en Gestión Pública). Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/53211>
- Campomanez, M. M. (2018). *Impacto de la gestión del programa Qali Warma en la atención con alimentación escolar a las instituciones educativas públicas de Cajamarca*. (Tesis para optar el grado de magíster en Gestión Pública).
- Caldeira, C., De Laurentiis, V., Corrado, S., van Holsteijn, F. Sala, S. Quantification of food waste per product group along the food supply chain in the European Union: A mass flow analysis. *Resources, Conservation and Recycling*, 149, 479-488. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2020.101958>
- Chero, D. R. (2020). *Incidencia del crecimiento económico en la pobreza del sector sierra del departamento de La Libertad: periodo 2012–2017*.

(Tesis para optar el título de economista).

Churchill Jr., G. A. y Surprenant, C. (1982). Una investigación sobre los determinantes de la satisfacción del cliente. *Revista de Investigación de Mercados*, 19(4), 491-504.

Echegaray, S. O. (2021). *Calidad de Servicio del PNAE Qali Warma en Beneficiarios de dos instituciones educativas públicas del Callao*. (Tesis para optar el grado de magíster en Gestión Pública).

Estrada, W. (2007). *Servicio y atención al cliente-Proyecto de Mejoramiento de los Servicios de Justicia*. Biblioteca Nacional del Perú.

Febres-Ramos, R., y Mercado-Rey, M. (2020). Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo, Perú. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 20(3), 397-403.
<https://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v20i3.3123>

Francke, P., y Acosta, G. (2020). Impacto de la suplementación con micronutrientes sobre la desnutrición crónica infantil en Perú. *Revista Médica Herediana*, 31(3), 148-154.

Hinojosa, F. (2020). Programa de alimentación escolar Qali Warma (PNAE QALI WARMA). Portal de transparencia estándar
https://www.transparencia.gob.pe/reportes_directos/pte_transparencia_info_finan.aspx?id_entidad=14219&id_tema=19&ver=#.ZF9SWnbMLre

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (5ª ed.). Mc Graw Hill/Interamericana Editores, S.A. de C. V.

Landeau, R. (2007). *Elaboración de trabajos de investigación* (Vol. 69). Editorial Alfa.

Matos, R. C. (2022). *Nivel de satisfacción de padres de familia y calidad de servicio del programa Qali Warma en una Institución Educativa Lima, 2021*. (Tesis para optar el grado de magíster en Gestión Pública). Universidad César Vallejo.

Martel, Z. Y. (2018). *Calidad percibida y satisfacción del usuario del Programa Qali Warma en Instituciones educativas de la UGEL 02–Lima, 2018*. (Tesis para optar el grado de maestra en Gestión Pública). Universidad César Vallejo.

Machaca, G. (2020). *Satisfacción de los estudiantes V ciclo que reciben alimentos del Programa Qali Warma Institución Educativa Fe y Alegría 53-Ate*. (Tesis para optar el grado de magíster en Gestión Pública).

- Niño-Bautista, L., Gamboa-Delgado, E. M., y Serrano-Mantilla, T. (2019). Percepción de satisfacción entre beneficiarios del programa de alimentación escolar en Bucaramanga-Colombia. *Revista de la Universidad Industrial de Santander. Salud*, 51(3), 240-250.
- Palacios, C. A. (2017). *Efecto de la inversión pública en la infraestructura vial sobre el crecimiento de la economía peruana entre los años 2000 y 2016*. (Tesis para optar el grado de magíster en Economía con mención en Gestión y Políticas Públicas).
- Pampa, F. (2021). *Calidad de servicio del programa nacional de alimentación escolar Qali Warma y satisfacción en las instituciones educativas del distrito de Huaraz, 2020*. (Tesis para optar el grado de magíster en Gerencia Pública). Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.
- Ruiz, M., y Olalla, C. (2001). *Gestión de la calidad del Servicio a través de Indicadores Externos*. AECA.
- Romero, G., Riva, M., y Benites, S. (2016). *Crónica de una reforma desconocida: experiencia de implementación del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma*. (Tesis para optar el grado de magíster en Gestión Pública).
- Sánchez, R. N. L., Rivera, R. J. C., Farfán, S. W. U., Ramírez, S. P. y Ávila, J. C. S. (2022). Eficacia de la gestión pública, impacto y percepción del usuario de los programas de alimentación escolar de Latinoamérica: una revisión sistemática. *Ciencia Latina. Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 9932-9956.
- Silva-Treviño, J., Macías-Hernández, B., Tello-Leal, Edgar, y Delgado-Rivas, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>.
- Velásquez, L. (2011) *Las dimensiones de la percepción de calidad*. Universidad de Antioquía.
- Warma, Q. (2019). Q. QaliWarma
- Woodruff, T. J., Grillo, J., y Schoendorf, K. C. (1997). The relationship between selected causes of postneonatal infant mortality and particulate air pollution in the United States. *Environmental Health Perspectives*, 105(6), 608-612.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

Anexos

Anexo A: Matriz de consistencia

Calidad percibida y satisfacción del usuario del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma en las Instituciones Educativas, distrito de Zúñiga, provincia de Cañete, 2022 Autor:							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es la relación entre la Calidad del producto entregado por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y el grado de satisfacción de beneficiarios en las Instituciones Educativas del nivel primario del distrito de Zúñiga, provincia de cañete, 2022?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>Problema específico 1 ¿Cuál es la relación entre la calidad y el valor percibido?</p> <p>Problema específico 2 ¿Cuál es la relación entre la calidad y la confianza?</p> <p>Problema específico 3 ¿Cuál es la relación entre la calidad y la expectativa?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la relación entre la Calidad del producto entregado por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y el grado de satisfacción de beneficiarios en las Instituciones Educativas del nivel primario del distrito de Zúñiga, provincia de cañete, 2022.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Objetivo específico 1 Determinar la relación entre calidad y el valor percibido, en las Instituciones Educativas del nivel primario del distrito de Zúñiga, provincia de cañete, 2022.</p> <p>Objetivo específico 2 Determinar la relación entre calidad y la confianza, en las Instituciones Educativas</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL Existe relación significativa entre la Calidad del producto entregado por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y el grado de satisfacción de los beneficiarios en las Instituciones Educativas del nivel primario del distrito de Zúñiga, provincia de cañete, 2022</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <p>Hipótesis específica 1 La calidad se relaciona directamente con el valor percibido de los beneficiarios en las Instituciones Educativas del nivel primario del distrito de Zúñiga.</p> <p>Hipótesis específica 2 La calidad se relaciona directamente con la confianza de los beneficiarios en las Instituciones Educativas</p>	Variable 1: CALIDAD PERCIBIDA				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
			Elementos tangibles	- Envase - Presentación del producto - Apariencia del personal. - Limpieza y orden	1,2,3,4,	Ordinal Totalmente de acuerdo (5) De acuerdo (4) En parte (3) En desacuerdo Totalmente en	Buena [81 - 110] Regular [52 - 80] Mala [22 - 51]
			Fiabilidad	- Precisión - Garantía - Prevención - Servicio recibido. - Eliminación de fallas en la entrega - Interés por solucionar problemas.	5,6,7,8,9,10,		
			Capacidad de respuesta	- Tiempo de respuesta - Tiempo de entrega - Puntualidad - Oportunidad	11,12,13,14,		
Seguridad	- Credibilidad - Profesionalismo - Cortesía - Trato justo	15,16,17,18,					

del nivel primario del distrito de Zúñiga, provincia de cañete, 2022.

Objetivo específico 3
Determinar la relación entre calidad y la expectativa, en las Instituciones Educativas del nivel primario del distrito de Zúñiga, provincia de cañete, 2022.

del nivel primario del distrito de Zúñiga.

Hipótesis específica 3
La calidad se relaciona directamente con la expectativa de los beneficiarios en las Instituciones Educativas del nivel primario del distrito de Zúñiga.

Empatía	- Personalización de la atención - Asertividad con el estudiante - Capacidad de comunicación - Flexibilidad. - Capacidad de comunicación - Flexibilidad.	19,20,21,22	desacuerdo (1)	
Variable 2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO				
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
- Valor percibido	- Información sobre el programa - Conocimiento del valor energético - Conocimiento sobre los beneficios de su consumo. - Conocimiento sobre la forma de consumo.	1,2,3,4,5,6,7	Ordinal Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)	Satisfecho [81 - 110] Medianamente satisfecho [52 - 80] Insatisfecho [22 - 51]
- Confianza	- Confianza en la marca del producto - Confianza en el proveedor. - Confianza en los insumos. - confianza en los beneficios	- 8,9,10,11 - 12,13,14, - 15,		

				ofertados.			
			- Expectativas	- Expectativas en cuanto al producto - Expectativas sobre la distribución. - Expectativas sobre las condiciones de consumo. - Expectativas en cuanto al proveedor.	- 16,17,1 8,19,20 ,21,22		

Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
Método: Hipotético deductivo Enfoque: Cuantitativo Tipo: Básica Nivel: Correlacional Diseño: No experimental –Correlacional	Población: 250padres de Familia del nivel primario de las instituciones educativas del distrito de zuñiga, provincia de cañete, Lima, 2022. Tipo de muestreo: Probabilístico Tamaño de lamuestra: 200 padres de Familia del nivel primario de las instituciones educativas del distrito de zuñiga, provincia de cañete, Lima, 2022.	Variable 1: CALIDAD PERCIBIDA Técnicas: encuesta Instrumento: cuestionario (Adaptado del SERVPERF de Kotler y Armstrong2003) Variable 1: SATISFACCIÓN DEL USUARIO Técnicas: encuesta Instrumento: cuestionario (Adaptadode Bravo 2011)	Descriptiva: Análisis descriptivo de las variables con sus respectivas dimensionespara procesar los resultados sobre percepción de las dos variables y presentación mediante: (a) tablas de frecuencia y (b) figuras Inferencial: Para la prueba de Hipótesis se utilizará el Estadígrafo de Rho de Spearman, debido a que ambas variables son categóricas o cualitativas.

Anexo B: Instrumentos de recolección de datos.

INSTRUMENTO PARA MEDIR LA CALIDAD PERCIBIDA POR EL BENEFICIARIO DEL PNAEQW

Estimado padre de familia, el (Sr./Sra.) a continuación, se le presentan una serie de preguntas sobre el Programa Qali Warma.

Solicito su colaboración para responder a cada una de ellas de manera veraz. Luego de leer atentamente, marque con un (X) la casilla que corresponda según su criterio a la respuesta que quiere brindar. Las respuestas son totalmente anónimas y las opciones de respuesta son las siguientes:

5: Totalmente de acuerdo 4: De acuerdo 3: En parte
2: En desacuerdo 1: Totalmente en desacuerdo

A.- Variable: Calidad percibida del producto entregado por el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma.

N°	Variable: Calidad Percibida Indicador 1: Elementos Tangibles	Escala				
		5	4	3	2	1
1	Considera que el envase de los productos que ofrece Qali Warma es apropiado para conservar el producto					
2	El envase brinda una buena presentación a los productos					
3	Los representantes de Qali Warma se hacen presente en la institución con una buena apariencia personal					
4	Los representantes de Qali Warma se preocupan por la limpieza y el orden al almacenar los productos dentro de la institución					
Indicador 2: Fiabilidad						
5	Los representantes de Qali Warma vigilan que cada producto sea entregado a cada niño o niña					
6	Percibe que existe garantía en los productos de Qali Warma					
7	Los representantes de Qali Warma realizan visitas al colegio para prevenir que algunos productos caduquen					
8	El servicio asistencial que ofrece Qali Warma satisface sus expectativas					
9	Desde que inició Qali Warma se ha ido corrigiendo errores en la entrega oportuna de los productos					
10	Los docentes de la institución muestran interés por revisar las condiciones de los productos de Qali Warma					
Indicador 3: Capacidad de respuesta						
11	Si existe algún problema con los productos de Qali Warma las autoridades actúan de inmediato					
12	Es muy difícil que los productos caduquen y no se entreguen oportunamente a los estudiantes					
13	En la institución, los estudiantes o niños consumen los productos de Qali Warma durante el día					
14	Todos los estudiantes tienen la misma oportunidad de recibir los alimentos de Qali Warma					
Indicador 4: Seguridad						
15	Cree que los productos de Qali Warma son de calidad					
16	Confía en que los trabajadores de Qali Warma actúen con profesionalismo y no distribuyan productos dañinos para los estudiantes					
17	Se muestra cortesía por parte de quienes distribuyen los alimentos a los estudiantes					
18	Todos los estudiantes reciben un trato justo durante la repartición de los alimentos de Qali Warma					
Indicador 5: Empatía						
19	Cada niño o niña es atendido por su docente a la hora de recibir los alimentos					
20	Existen estudiantes que son sancionados por negarse a recibir los productos de Qali Warma					
21	la institución se preocupa por mantener informado al padre de familia sobre los beneficios de los alimentos que ofrece Qali Warma					
22	Existe flexibilidad para entender que no a todos les gustan los alimentos de Qali Warma					

INSTRUMENTO PARA MEDIR LA SATISFACCION DE LOS BENEFICIARIOS DEL PNAEQW

Estimado padre de familia, el (Sr./Sra.) Br. Rentería Nole Tomás Delfín, con Nro. DNI. 43319232, a continuación, se le presentan una serie de preguntas sobre el Programa Qali Warma.

Solicito su colaboración para responder a cada una de ellas de manera veraz. Luego de leer atentamente, marque con un (X) la casilla que corresponda según tu criterio a la respuesta que quiere brindar. Las respuestas son totalmente anónimas y las opciones de respuesta son las siguientes:

5: Totalmente de acuerdo 4: De acuerdo 3: En parte
2: En desacuerdo 1: Totalmente en desacuerdo

B.- Variable: Grado de satisfacción de beneficiarios.

Con respecto a los instrumentos utilizados para las variables: Calidad percibida y Satisfacción del beneficiario, fue necesario realizar cambios en algunas palabras o términos, que no afectan al contexto y la forma de las preguntas, con la finalidad de adaptar estos instrumentos a nuestra población y muestra. Para tal fin, estos cambios se validaron por un experto lingüista, el Sr., José De La Paz Ramos.

Es preciso resaltar que, estos cambios se deben a la realidad nacional 2022 y los efectos de la pandemia por el COVID-19, razón por la cual el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, viene atendiendo bajo la modalidad de productos, a través de la entrega de canastas de alimentos variados a los padres de familia o apoderados de los niños o niñas de las IIEE's. Dichos cambios se aplicaron a las preguntas N°13 y 20, del cuestionario para la variable Calidad percibida, así como también en la pregunta N° 12 del cuestionario para la variable Satisfacción del beneficiario.

N°	Variable: Grado de satisfacción de los beneficiarios	Escala				
	Indicador 1: Valor percibido	5	4	3	2	1
1	Conocer los beneficios del programa Qali Warma lo hace sentir satisfecho					
2	Conocer sobre los valores energéticos de los productos de Qali Warma le brinda confianza en lo que consumen sus hijos					
3	Reconoce que desde que su hijo consume Qali Warma tiene mayor energía para estudiar					
4	Está satisfecho con Qali Warma porque está informado sobre los beneficios de los productos en la salud de sus hijos					
5	Reconoce que gracias a los alimentos de Qali Warma su hijo o hija realiza las tareas con más entusiasmo					
6	Siente confianza en los alimentos del programa Qali Warma porque le informan que cantidad debe consumir su hijo o hija					
7	Se siente satisfecho porque le informaron sobre algunos síntomas pasajeros que podría presentar su niño o niña al consumir alimentos del programa Qali Warma					
Indicador 2: Confianza						
8	Su satisfacción radica en que conoce que empresa elabora los productos de Qali Warma					
9	Confía en la forma en que son elaborados los productos de Qali Warma					
10	Su niño o niña recibe los alimentos de Qali Warma así no asista a clases					
11	Confía en que quienes traen los productos a la escuela, traigan productos no caducados					
12	Confía en que ningún producto o alimento es dañino para la salud de su hija o hijo					
13	Confía en que su hijo no desarrollará alergias u otra enfermedad por consumir estos alimentos del programa Qali Warma					
14	Confía en que su hijo o hija se beneficiará en su salud					
15	Confía en que los productos ayuden a tener mejores aprendizajes a sus hijos					
Indicador 3: Expectativas						
16	Le gustaría que los productos tengan una mejor presentación					
17	Desearía que los productos tengan un sabor más agradable para el niño o niña					
18	Desearía que los alimentos se distribuyan incluso en vacaciones					
19	Sería mejor si los alimentos los repartieran los padres					
20	Debería buscarse un espacio más adecuado para que los estudiantes consuman los alimentos					
21	Los proveedores de Qali Warma deberían garantizar que nunca falten productos					
22	Sería bueno que los proveedores traigan alimentos que no estén a punto de caducar					

Anexo C Matriz del Instrumento

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala e índices	Niveles y rangos
Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> - Envase - Presentación del producto - Apariencia del personal. - Limpieza y orden 	1,2,3,4,		
Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Precisión - Garantía - Prevención - Servicio recibido. - Eliminación de fallas en la entrega - Interés por solucionar problemas. 	5,6,7,8,9,10,	Ordinal	Buena [81 - 110]
Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo de respuesta - Tiempo de entrega - Puntualidad - Oportunidad 	11,12,13,14,	Totalmente de acuerdo (5) De acuerdo (4) En parte (3) En desacuerdo Totalmente en desacuerdo (1)	Regular [52 - 80] Mala [22 - 51]
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Credibilidad - Profesionalismo - Cortesía - Trato justo 	15,16,17,18,		
Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Personalización de la atención - Asertividad con el estudiante - Capacidad de comunicación - Flexibilidad. 	19,20,21,22		

Operacionalización de la variable satisfacción del usuario

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala e índices	Niveles y rangos
Valor percibido	<ul style="list-style-type: none"> - Información sobre el programa - Conocimiento del valor energético - Conocimiento sobre los beneficios de su consumo. - Conocimiento sobre la forma de consumo. 	1,2,3,4,5,6,7	Ordinal	Satisfecho [81 - 110]
Confianza	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza en la marca del producto - Confianza en el proveedor. - Confianza en los insumos. - confianza en los beneficios ofertados. 	8, 9,10,11, 12,13,14, 15.	Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)	Medianamente satisfecho [52 - 80] Insatisfecho [22 - 51]
Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> - Expectativas en cuanto al producto - Expectativas sobre la distribución. - Expectativas sobre las condiciones de consumo. - Expectativas en cuanto al proveedor. 	16,17, 18, 19, 20, 21, 22.		

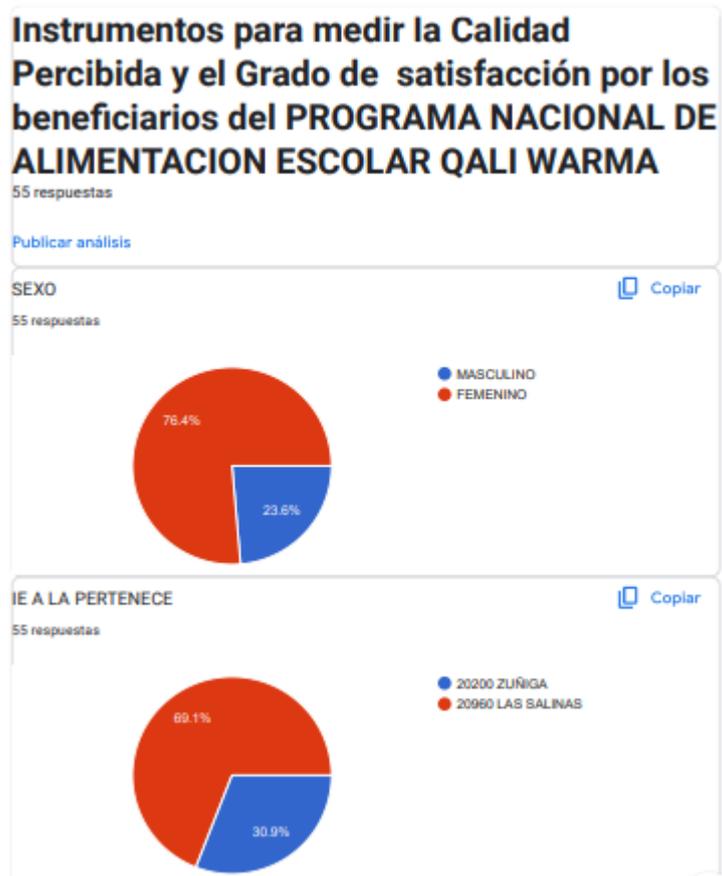
1	1	5	5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	1	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	1	4	3	4	4	4	3	4	1	4									
2	1	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2								
1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2							
2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5			
2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	
2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	
2	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	1	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5		
2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	
2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	
1	1	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	1	4	4	4	4				
1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
1	1	5	5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	1	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4					
2	1	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	1	5	5	5	5	5	5				
1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2		
2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5
2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5
2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5
2	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	1	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	
2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	
2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	

201	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	5	5	4	4	3	4	2	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5			
202	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	5	5	3	5	3	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4		
203	2	2	4	2	4	5	5	2	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5			
204	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5	1	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4			
205	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5			
206	2	2	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	5		
207	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5		
208	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	5	5	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
209	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5		
210	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	1	3	5	5	5
211	2	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	
212	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5
213	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	
214	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	
215	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	
216	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	
217	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
218	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	
219	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	
220	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	
221	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	
222	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	
223	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	

Anexo E Tomas fotográficas



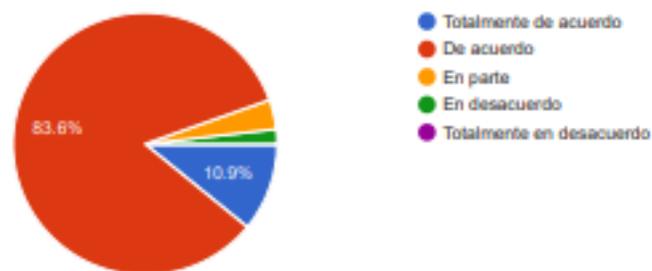
Anexo F Resultados de las encuestas



¿Considera que el envase de los productos que ofrece Qali Warma es apropiado para conservar el producto?

[Copiar](#)

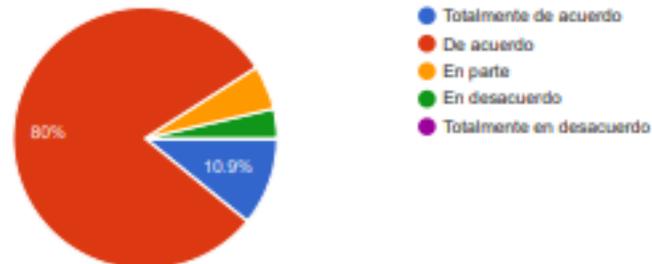
55 respuestas



¿El envase brinda una buena presentación a los productos?

[Copiar](#)

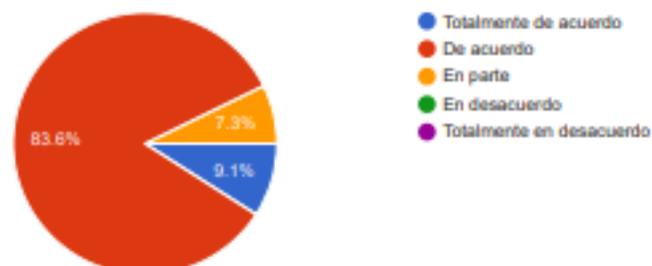
55 respuestas



¿Los representantes de Qali Warma se hacen presente en la institución con una buena apariencia personal?

[Copiar](#)

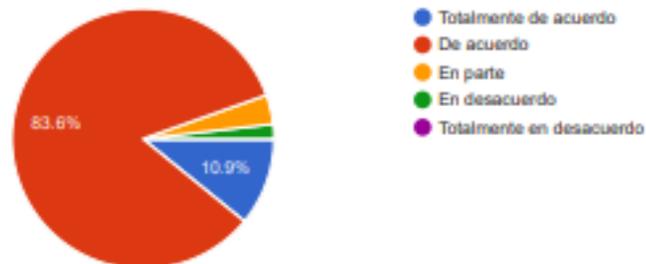
55 respuestas



¿Los representantes de Qali Warma se preocupan por la limpieza y el orden al almacenar los productos dentro de la institución?

[Copiar](#)

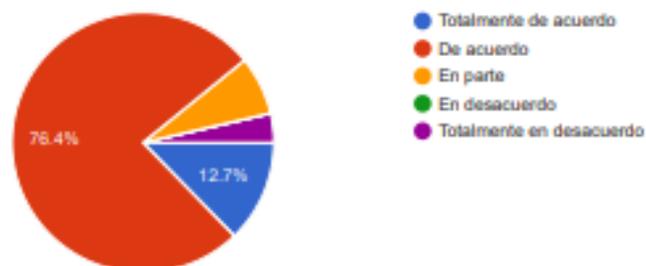
55 respuestas



¿Los representantes de Qali Warma vigilan que cada producto sea entregado a cada niño o niña?

[Copiar](#)

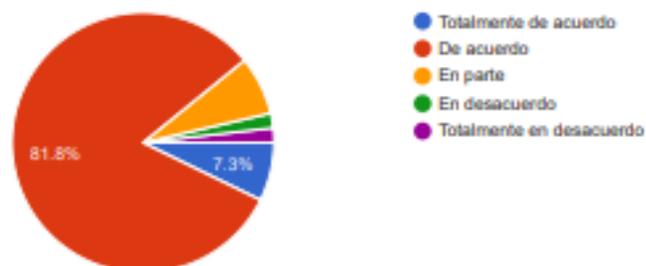
55 respuestas



¿Percibe que existe garantía en los productos de Qali Warma?

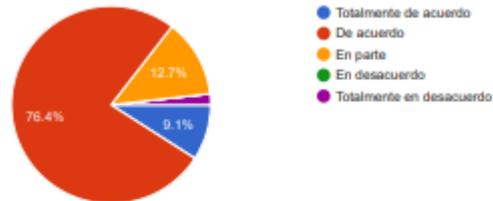
[Copiar](#)

55 respuestas



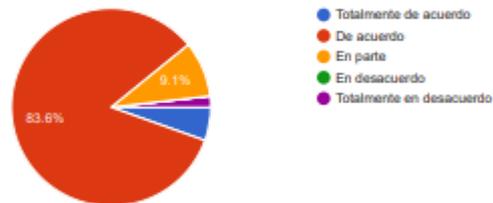
¿Los representantes de Qali Warma realizan visitas al colegio para prevenir que algunos productos caduquen? [Copiar](#)

55 respuestas



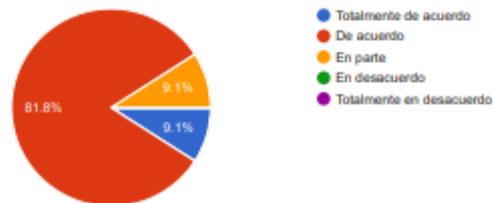
¿El servicio asistencial que ofrece Qali Warma satisface sus expectativas? [Copiar](#)

55 respuestas



¿Desde que inició Qali Warma se ha ido corrigiendo errores en la entrega oportuna de los productos? [Copiar](#)

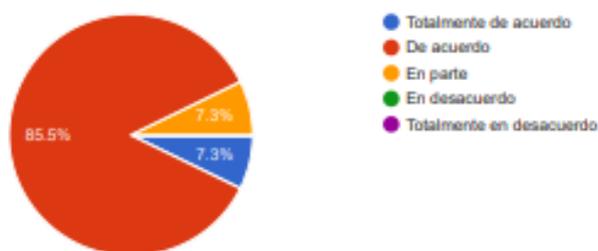
55 respuestas



¿Los docentes de la institución muestran interés por revisar las condiciones de los productos de Qali Warma?

[Copiar](#)

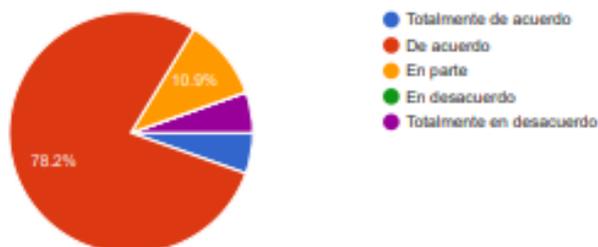
55 respuestas



¿Si existe algún problema con los productos de Qali Warma las autoridades actúan de inmediato?

[Copiar](#)

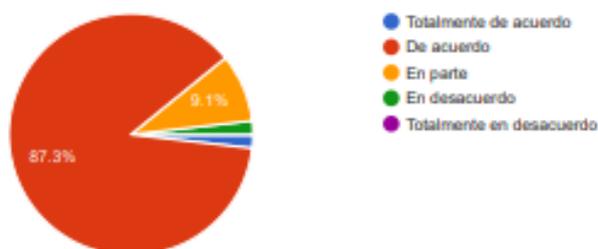
55 respuestas

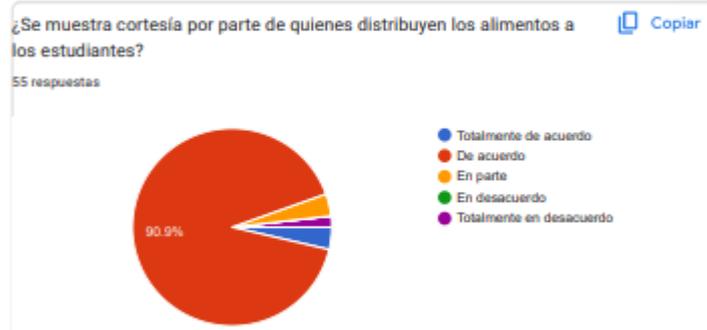


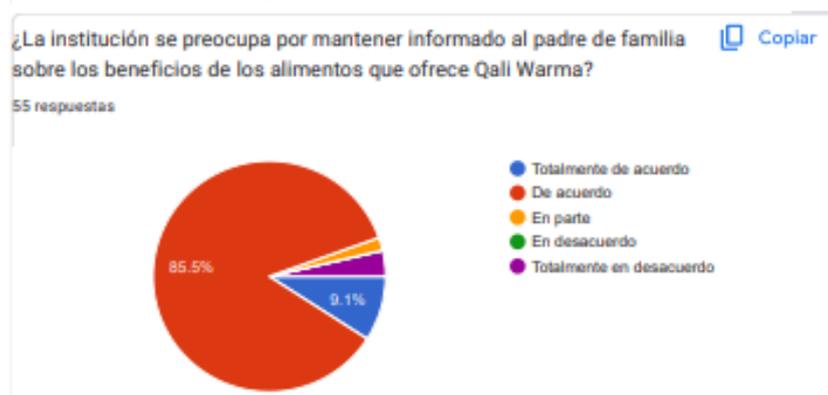
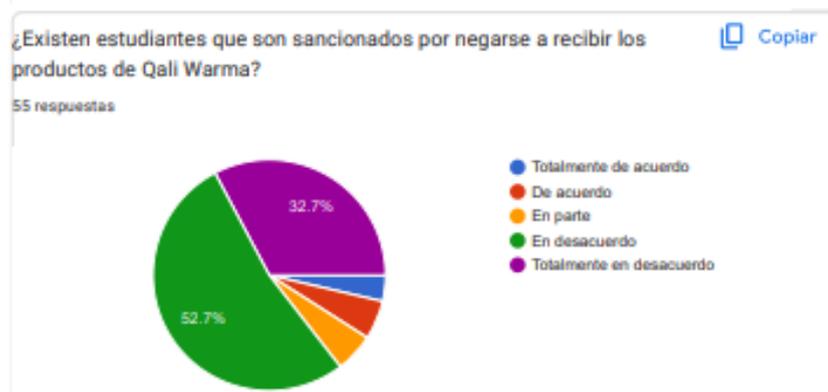
¿Es muy difícil que los productos caduquen y no se entreguen oportunamente a los estudiantes?

[Copiar](#)

55 respuestas





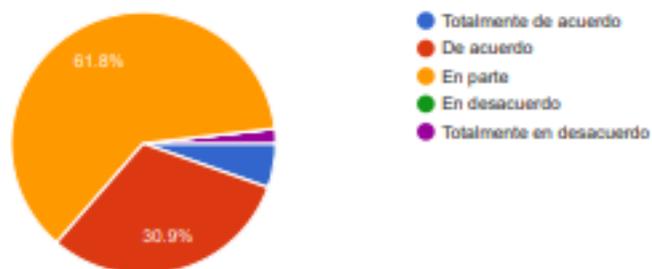




¿Reconoce que desde que su hijo consume Qali Warma tiene mayor energía para estudiar?

[Copiar](#)

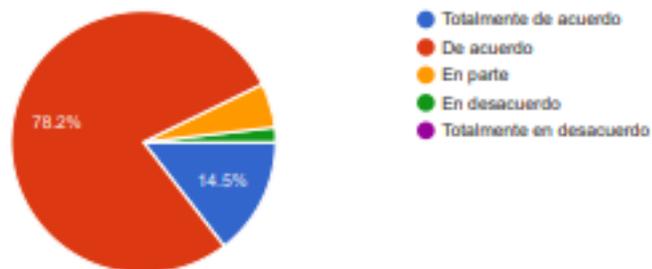
55 respuestas



¿Esta satisfecho con Qali Warma porque esta informado sobre los beneficios de los productos en la salud de sus hijos?

[Copiar](#)

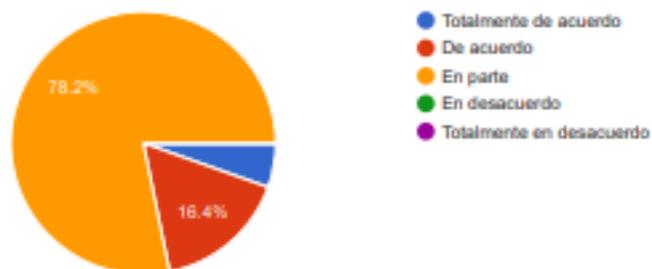
55 respuestas



¿Reconoce que gracias a los alimentos de Qali Warma su hijo o hija realiza las tareas con más entusiasmo?

[Copiar](#)

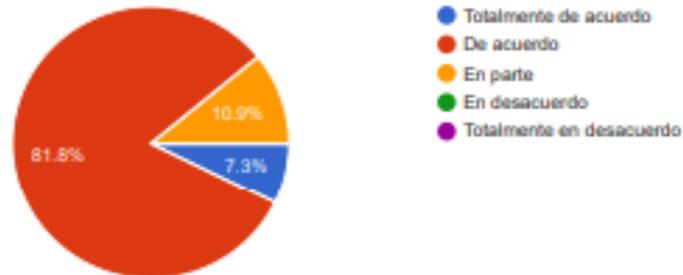
55 respuestas



¿Siente confianza en los alimentos del programa Qali Warma porque le informan que cantidad debe consumir su hijo o hija?

[Copiar](#)

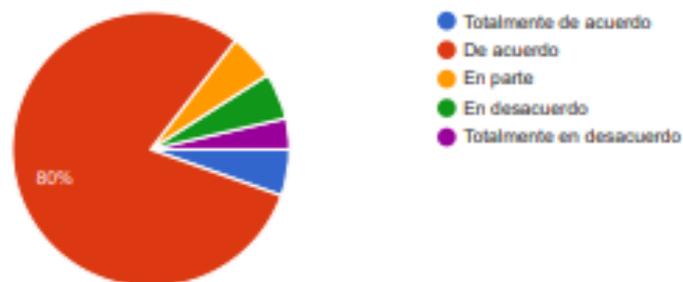
55 respuestas



¿Se siente satisfecho porque le informaron sobre algunos síntomas pasajeros que podría presentar su niño o niña al consumir alimentos del programa Qali Warma?

[Copiar](#)

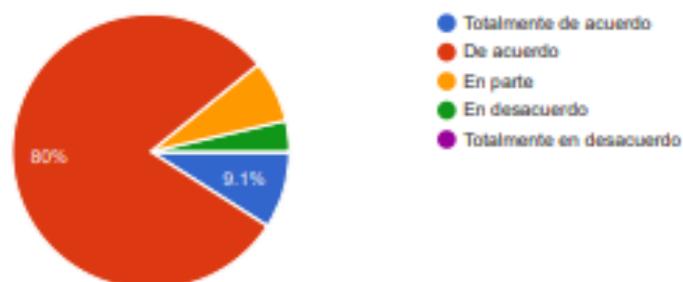
55 respuestas



¿Su satisfacción radica en que conoce que empresa elabora los productos de Qali Warma?

[Copiar](#)

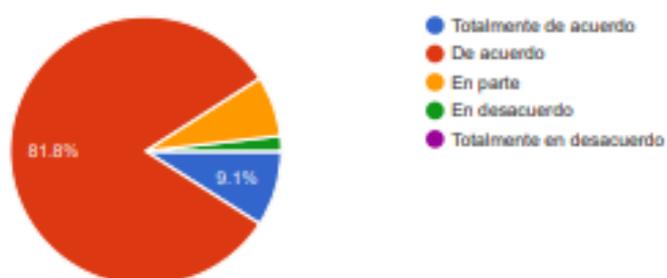
55 respuestas



¿Confía en la forma en que son elaborados los productos de Qali Warma?

[Copiar](#)

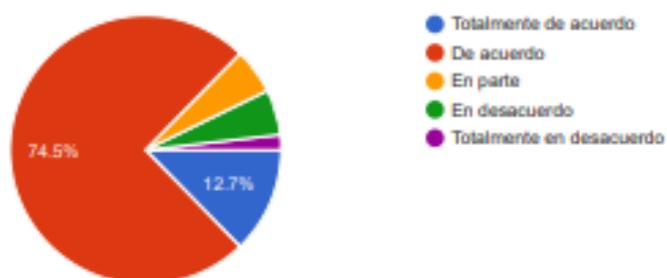
55 respuestas



¿Su niño o niña recibe los alimentos de Qali Warma así no asista a clases?

[Copiar](#)

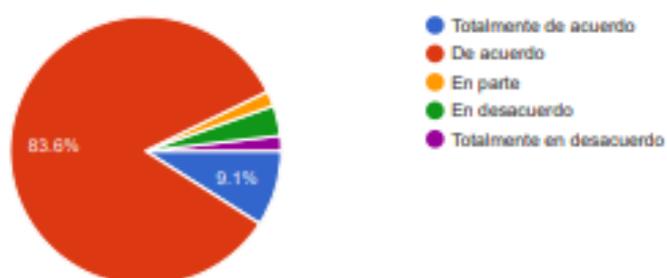
55 respuestas



¿Confía en que quienes traen los productos a la escuela, traigan productos no caducados?

[Copiar](#)

55 respuestas

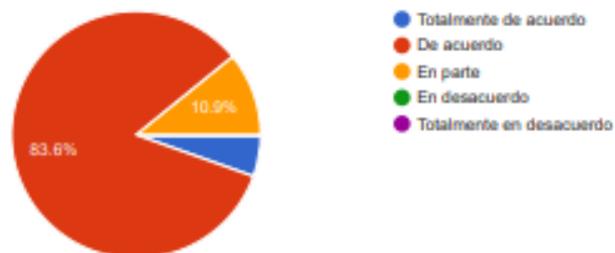




¿Confía en que los productos ayuden a tener mejores aprendizajes a sus hijos?

[Copiar](#)

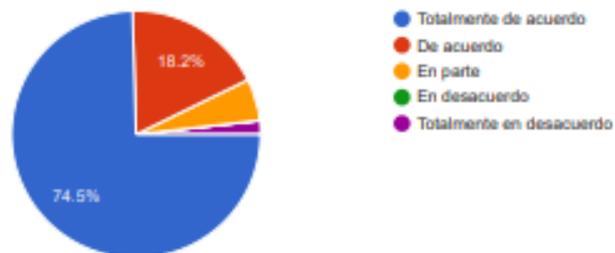
55 respuestas



¿Le gustaría que los productos tengan una mejor presentación?

[Copiar](#)

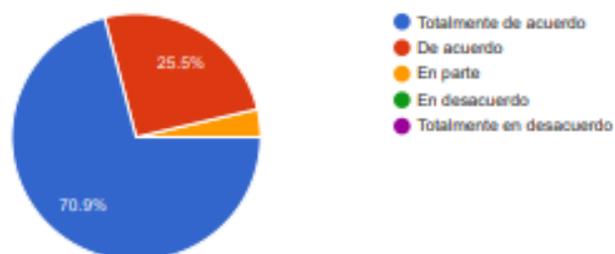
55 respuestas



¿Desearía que los productos tengan un sabor más agradable para el niño o niña?

[Copiar](#)

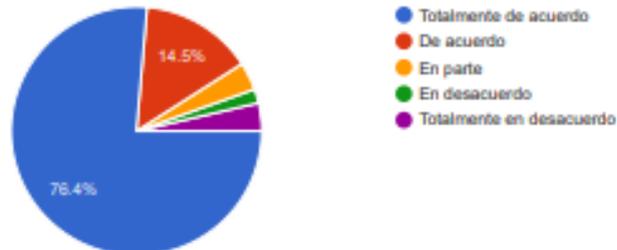
55 respuestas



¿Desearía que los alimentos se distribuyan incluso en vacaciones?

[Copiar](#)

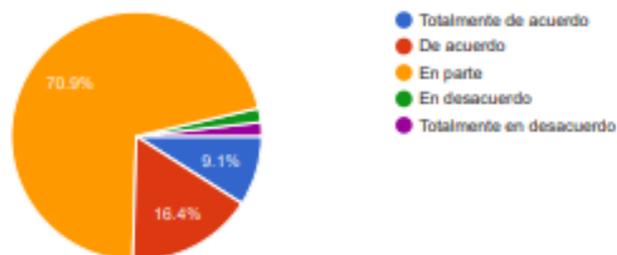
55 respuestas



¿Sería mejor si los alimentos los repartieran los padres?

[Copiar](#)

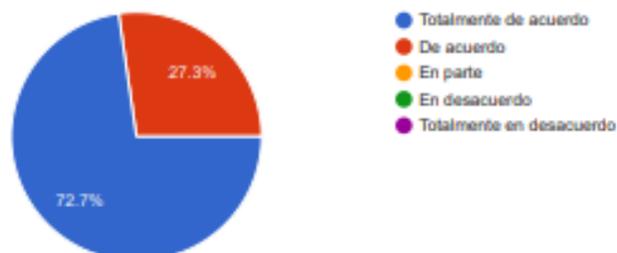
55 respuestas



¿Debería buscarse un espacio más adecuado para que los estudiantes consuman los alimentos?

[Copiar](#)

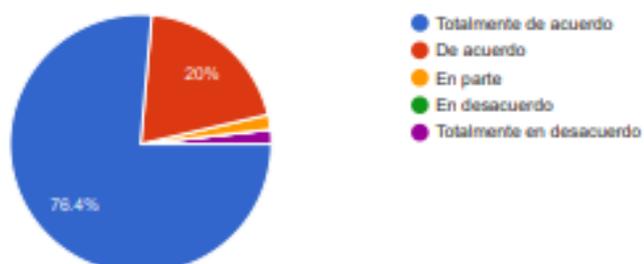
55 respuestas



¿Los proveedores de Qali Warma deberían garantizar que nunca falten productos?

[Copiar](#)

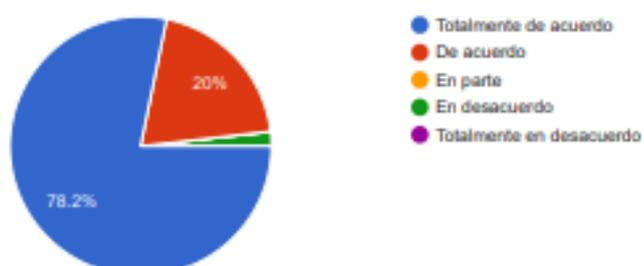
55 respuestas



¿Sería bueno que los proveedores traigan alimentos que no estén a punto de caducar?

[Copiar](#)

55 respuestas



MUCHAS GRACIAS POR RESPONDER.