

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración y
Marketing

Tesis

**Brecha entre la percepción de calidad de servicio y
expectativa de servicio para los colaboradores
en una institución educativa de la
ciudad de Huancayo**

Gabriela Abigail Flores Garcia

Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Administración y Marketing

Huancayo, 2020

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



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

Agradecimiento

A todos aquellos que hicieron esto posible.

Dedicatoria

A mis familiares y maestros y a su apoyo durante este proceso.

Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos	ii
Lista de Tablas	v
Lista de Figuras	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Introducción	ix
Capítulo I. Planteamiento Del Estudio	1
1.1. Delimitaciones de la Investigación	1
1.1.1. Espacial	1
1.1.2. Temporal.....	1
1.1.3. Conceptual.....	1
1.2. Planteamiento y formulación del problema	1
1.3. Formulación del problema	6
1.3.1. Problema general.....	7
1.3.2. Problemas específicos.....	7
1.4. Objetivos.....	7
1.4.1. Objetivo general.....	7
1.4.2. Objetivos específicos.....	8
1.5. Justificación de la investigación	8
1.5.1. Justificación teórica.....	8
1.5.2. Justificación práctica.....	8
1.5.3. Justificación metodológica.....	9
Capítulo II. Marco Teórico	10
2.1. Antecedentes del problema	10

2.1.1. Artículos científicos.....	10
2.1.2. Tesis nacionales e internacionales.....	13
2.2. Bases Teóricas	15
2.2.1. Calidad de servicio.....	15
2.2.2. Percepción de calidad de servicio.....	16
2.2.3. Modelos de calidad de servicio.....	19
2.2.4. Modelo SERVQUAL.....	21
2.3. Definición de términos básicos	34
Capítulo III. Variables.....	35
3.1. Identificación de variables	35
3.2. Operacionalización de variables	35
Capítulo IV. Metodología.....	37
4.1. Método, y alcance de la investigación	37
4.1.1. Método general.....	37
4.1.2. Métodos específicos.....	37
4.2. Configuración de la investigación	38
4.2.1. Enfoque de la investigación.....	38
4.2.2. Tipo de investigación.....	38
4.2.3. Diseño de la investigación.....	38
4.3. Población y muestra.....	38
4.3.1. Población de la investigación.....	38
4.3.2. Muestra de la investigación.....	39
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	39
4.5. Proceso de recolección de datos	39
4.6. Descripción del análisis de datos	40

Capítulo V. Resultados y Discusión	42
5.1. Descripción del trabajo de campo.....	42
5.2. Presentación de resultados.....	42
5.2.1. Expectativa de servicio sin ponderación.....	43
5.2.2. Percepción de servicio sin ponderación.....	45
5.2.3. Importancia relativa por criterio.....	46
5.2.4. Expectativa de servicio ponderado.....	47
5.2.5. Percepción de servicio ponderado.....	48
5.2.6. Calidad de servicio: Brecha.....	49
5.2.7. Brechas por cada dimensión de calidad de servicio.....	50
5.3. Discusión de resultados.....	52
Conclusiones	55
Recomendaciones	58
Referencias	60
Apéndice A Matriz de Operacionalización.....	67
Apéndice B Instrumento SERVQUAL.....	68
Apéndice C Consentimiento informado.....	71
Apéndice D Matriz de correlación expectativa.....	72
Apéndice E Diagrama de cajas y bigotes expectativa.....	74
Apéndice F Diagrama de cajas y bigotes: Percepción.....	75

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Factores que influyen en la percepción de calidad de servicio</i>	16
Tabla 2 <i>Otras dimensiones de calidad de servicio</i>	32
Tabla 3 <i>Operacionalización de variables</i>	36
Tabla 4 <i>Alfa de Cronbach_ Expectativa de servicio</i>	40
Tabla 5 <i>Alfa de Cronbach_ Percepción de servicio</i>	41
Tabla 6 <i>Perfil de informantes</i>	43
Tabla 7 <i>Medias y desviación estándar para expectativa de servicio sin ponderación</i>	44
Tabla 8 <i>Medias y desviación estándar para percepción de servicio sin ponderación</i>	45
Tabla 9 <i>Medias y desviación estándar de la importancia de cada dimensión de calidad de servicio</i>	46
Tabla 10 <i>Medias y desviación estándar de expectativa de servicio ponderado por cada dimensión</i>	48
Tabla 11 <i>Medias y desviación típica de percepción de servicio ponderado por dimensión</i> ...	49
Tabla 12 <i>Medias y desviación estándar para brecha</i>	50
Tabla 13 <i>Brechas de las dimensiones de calidad de servicio</i>	51

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Modelo de la imagen.....	19
<i>Figura 2.</i> Dimensiones iniciales del modelo SERVQUAL.....	22
<i>Figura 3.</i> Dimensiones vigentes del modelo SERVQUAL.....	22
<i>Figura 4.</i> Modelo de deficiencias.	27
<i>Figura 5.</i> Comparación de medias de las dimensiones de expectativa de servicio sin ponderación.....	44
<i>Figura 6.</i> Comparación de medias de las dimensiones de percepción de servicio sin ponderación.....	45
<i>Figura 7.</i> Comparación de medias de expectativa y percepción de servicio por cada dimensión, sin ponderación.	46
<i>Figura 8.</i> Importancia relativa a una escala de 100 puntos.....	47
<i>Figura 9.</i> Comparación de medias de expectativa de servicio ponderado.	48
<i>Figura 10.</i> Distribución de medias de percepción de servicio ponderado.	49
<i>Figura 11.</i> Brecha de calidad de servicio	50
<i>Figura 12.</i> Brechas de calidad de servicio.....	52

Resumen

El propósito de esta investigación fue identificar la brecha entre la percepción de servicio y expectativa de servicio para los colaboradores en un centro educativo ubicado en Huancayo. La metodología que esta investigación siguió fue de tipo aplicado, descriptivo en el nivel y su diseño fue no experimental transaccional, los métodos del estudio que se utilizaron son el científico y el cuantitativo. Se utilizó el cuestionario SERVQUAL, el cual tiene por finalidad recabar información sobre expectativas y percepciones de los colaboradores en relación con la calidad de servicio que la institución educativa brinda, mediante un determinado número de preguntas estandarizadas. Los resultados indicaron que, la percepción de elementos tangibles tuvo un promedio de 1.01, y sus expectativas tuvo un valor de 1.16 (brecha de -0.15). Para fiabilidad, el promedio fue de 0.92 y 1.00 en su percepción y expectativas respectivamente, contando con una brecha de -0.08. En cuanto a la capacidad de respuesta, 1.12 fue el promedio para las percepciones y 1.22 las expectativas, contando con una brecha de -0.10. En seguridad, el promedio de percepciones fue de 1.21 y las expectativas fue de 1.37, con una brecha de -0.16. Para la empatía, se tuvo un promedio de 1.07 y 1.09 para las percepciones y expectativas, con brecha de -0.02. De manera general, la calidad de servicio que brinda el centro educativo tuvo un valor promedio en la percepción de 5.32 y de 5.84 para las expectativas, encontrando una brecha entre la percepción de servicio y expectativa de -0.52, este es negativo por lo que se infiere que las percepciones del servicio no logran superar las expectativas de los colaboradores sobre el servicio, de lo anteriormente expuesto se pudo concluir que los colaboradores esperaban más calidad de servicio de su centro de labores en relación a la calidad de servicio que da la institución educativa.

Palabras claves: calidad de servicio, expectativa del servicio, percepción del servicio, institución educativa, cliente interno, colaboradores.

Abstract

The general objective of this research was to identify the gap between service perception and service expectation for employees in an educational institution in the city of Huancayo. The type of research was applied, the level of the study used was descriptive, the research design was non-experimental, transactional, and the study methods used were scientific and quantitative. The SERVQUAL questionnaire was used, which aims to collect information on the expectations and perceptions of employees in relation to the quality of service provided in the educational institution, through a certain number of standardized questions. The results indicated that the perception of tangible elements had an average of 1.01, and their expectations had a value of 1.16 (gap of -0.15). For reliability, the average was 0.92 and 1.00 in their perception and expectations respectively, with a gap of -0.08. Regarding response capacity, the average was 1.12 for perceptions and 1.22 for expectations, with a gap of -0.10. In security, the average of perceptions was 1.21 and expectations were 1.37, with a gap of -0.16. For empathy, there was an average of 1.07 and 1.09 for perceptions and expectations, with a gap of -0.02. In general, the quality of service in the educational institution had an average value in the perception of 5.32 and 5.84 for the expectations, finding a gap between the perception of service and expectation of -0.51, this is negative from what is inferred. Since the perceptions of the service do not exceed the expectations of the service, from the above it could be concluded that the collaborators expected more quality of service from their work center in relation to the current quality of service provided by the educational institution.

Keywords: quality of service, expectation of service, perception of service, educational institution, internal client, collaborators.

Introducción

Actualmente, gestionar la calidad de servicios un gran reto para las organizaciones, ya que no solo es considerada como una alternativa para las empresas, sino una exigencia indispensable para que puedan sobrevivir frente a la gran demanda de los mercados actuales de forma competitiva, asimismo, la calidad de servicio es medido por la clientela interna y externa de una organización.

Para Albrecht asesor de empresas, escritor y conferencista, especialista en estrategias empresariales, y de organización, en el siguiente lema se apoya la calidad de servicio “Si deseas que la cosas funcionen fuera, en primer lugar, debes conseguir que funcione dentro de la empresa” (Albrecht, 1992, p. 15).

En la coyuntura actual las empresas se encuentran con el deber de enfrentar retos nuevos que se enfoquen en brindar la satisfacción del personal (clientes internos), quienes estructuran un eslabón básico en la cadena de eficiencia y sostenibilidad del actual mercado competitivo, el cual es muy exigente y cambiante; mientras el directivo sepa valorar mucho a los recursos humanos, mejor resultado se tendrá en el trabajo y/o en la prestación de servicios (Albrecht, 1992).

La empresa debe de tener un área adicional dedicado a la gestión de satisfacción de la clientela interna y debe de ser brindada a través de la fusión y estrategias, y programas que se destinan a tocar al lado de los puntos neurálgicos de la clientela interna como una celda simple para que se replique de forma empresarial, especificando las tasas de requisitos, a fin de saber sobre el nivel de satisfacción del personal. Luego de lograr la satisfacción, este se transformará en un motor que impulse a aceptar los deberes y orientar a todo su grupo de trabajo para conseguir excelentes resultados, cumpliendo sus objetivos personales y organizacionales con altos niveles de calidad. (Salvador C. , 2009)

La población cuenta con una expectativa ya definida entre las instituciones públicas y privadas, al hablar de centros públicos, la población ya encuentra normalizado que la calidad de servicio sea deficiente, ya sea por la demora de trámites, cobros de más, etc. Por ello, las expectativas que los padres presentan sobre estas instituciones son bajas. En estos centros educativos públicos es más difícil mejorar sus áreas de atención al cliente, esto debido a que estos se encuentran normados por el estado, y algunos de estos no cuentan con los recursos necesarios, esta calidad a su vez se determina por las brechas que pueda presentar al momento de ser determinadas como instituciones con una calidad de servicio deficiente (Alva K. , 2019).

Esta investigación se divide en cinco capítulos que se detallan a continuación:

El primer capítulo denominado Planteamiento del estudio, se desarrolló la formulación del problema, objetivo general y específico, justificación, delimitaciones de la investigación. El segundo capítulo denominado marco teórico se desarrolló los antecedentes de la investigación, bases teóricas y científicas y determinación de términos básicos. El tercer capítulo denominado variables de la investigación. El cuarto capítulo denominado Metodología de la investigación se desarrolló el tipo de investigación, diseño de investigación con la metodología, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y técnicas de procesamiento de datos. El quinto capítulo denominado resultados, se presentaron y analizaron los datos para poder proceder posteriormente a la demostración y discusión de resultados.

Para finalizar en la investigación se presentan las conclusiones, recomendaciones referencias bibliográficas y los apéndices, donde se encuentra la matriz de operacionalización y los instrumentos utilizados.

Capítulo I. Planteamiento Del Estudio

El presente estudio buscó determinar la brecha que existe entre la percepción de servicio y expectativa de servicio para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo. Al identificar las brechas en el servicio, se puede determinar si la variable que se plantea en la investigación es la causa de las brechas, a su vez determinar si la variable es considerada como atributo valorado por los colaboradores, si les son indiferentes y si son o no la causa de la generación de las brechas.

1.1. Delimitaciones de la Investigación

De acuerdo con confidencialidad pactada con el promotor de la institución educativa, no se usó el nombre en esta investigación debido a que podría causar percepciones negativas a su imagen.

1.1.1. Espacial

Se delimita la investigación en el aspecto espacial, esta investigación fue realizada en el distrito de El Tambo, provincia de Huancayo y departamento de Junín.

1.1.2. Temporal.

Desde un aspecto temporal la investigación se desarrolló en el año 2018.

1.1.3. Conceptual.

La investigación desde lo conceptual se enfocó en investigar las brechas de calidad de servicio para el personal del centro educativo, haciendo uso de la herramienta SERVQUAL, la cual permite medir las percepciones y expectativas de calidad en base a dimensiones.

1.2. Planteamiento y formulación del problema

Gestionar la calidad de servicios implica en la actualidad un gran reto para las organizaciones, ya que no solo es considerada como una alternativa para las empresas, sino una exigencia indispensable para que puedan sobrevivir frente a la gran demanda de los mercados actuales de forma competitiva (Frometa, Zayas, & Pérez, 2008).

Gonzales (2014) menciona que una buena gestión se direcciona a alcanzar la satisfacción del cliente a través de las expectativas y percepciones que tiene, siendo así que para la “ISO 9001, una organización debe interesarse genuina y seriamente por la percepción que da de sus productos o servicios a sus clientes” (Gonzales, 2014, p. 24). Y advertir que no solo bajo la responsabilidad del área de servicio al usuario se logra la satisfacción de este, el grupo de voluntarios o también llamados clientes internos tiene el compromiso y propósito de alcanzar el éxito en la organización (Simancas, 2012).

Y como parte de las empresas que demandan la gestión de la calidad de los servicios brindados, la investigación consideró el sector educación, por lo que es necesario dar un panorama general de cómo se encuentra este sector en la actualidad. El sector de educación privada en el Perú se ha convertido en un mercado muy competitivo, las instituciones buscan diferenciarse ante una gran demanda que espera recibir servicios de calidad, ha ido en crecimiento y en dirección a nuevas alternativas para captar a diversos públicos objetivos, en la actualidad existen colegios orientados a los tres sectores de la sociedad, A, B y C (MINEDU, 2018), por lo que competir en este mercado no resulta fácil, se necesita de “buena planificación, una inversión importante, un equipo de especialistas que conformen la institución y con un posicionamiento definido” (Zaragoza, 2017, p. 48). Asimismo, son importantes las acreditaciones que son percibidas como medios que garantizan calidad en las organizaciones; en una entrevista Arias (2018) gerente general del Sistema de Gestión de la Calidad Educativa (SGDE), en el Perú existen alrededor de 80 mil colegios públicos, mientras que privados hay alrededor de 24 mil. De esos más de 100 mil colegios, solo 60 han sido acreditados, un colegio acreditado implica garantizar un servicio de calidad, con procesos estratégicos claves.

Por lo tanto, medir la calidad en las organizaciones será clave para conocer el panorama actual en que se encuentra la organización, según Reyes et al., (2012, p. 15) el evaluar la calidad

de servicio implica aportar al desarrollo de un sistema que permita gestionar la calidad, de manera que sirva como una herramienta que brinde soporte al control.

Por ello, es preciso señalar los problemas que se están dando en relación a la calidad de servicio de la institución estudiada ubicada en Huancayo, en la entrevista realizada a Bastidas (2018), señala que las debilidades que se van presentando y están afectando a brindar una gestión eficiente de la calidad de servicio son reducidas por la escasa especialización con la que cuentan los docentes; asimismo, ellos tuvieron que enfrentar el aumento poblacional de los alumnos en los últimos tres años, a efecto de esto por salón y por docentes aumentaron los alumnos, convirtiendo a la enseñanza en algo poco didáctico y reduciendo el tiempo de dedicación de los docentes para cada alumno, aparte de que se reduzca los espacios y terminando en algo nada didáctico para la prestación de servicios. Cabe mencionar que los docentes son considerados idóneos para sus puestos; no obstante, no existe un plan de capacitación y actualización para ellos; además, no hay comunicación efectiva entre el personal, produciendo una transferencia pésima del mensaje, todos estos problemas causaron dificultades al momento de brindar la calidad de servicio, esto debe de evaluarse, para hallar la brecha entre la percepción de servicio y expectativa de servicio de los colaboradores en la institución educativa, con el fin de que la gestión del centro educativo se mejore.

La calidad educativa en el país se vio reflejada en la prueba PISA del año 2018 la cual se diseñó por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo de la Economía, esta se realizó en 77 países, quienes conforman el 80% de la población mundial. Estas pruebas midieron la calidad entre los estudiantes de 15 y 16 años, en las materias de matemáticas, ciencias y comprensión lectura. El país se encontró en el penúltimo puesto. A comparación de los anteriores años el país mejoró en comprensión lectora, subiendo un puesto. El país vecino de Chile ocupó el puesto 43. Este resultado dejó totalmente en claro que se necesita un cambio

total de la educación en el Perú, ya que el sistema empleado no presenta mejoras, a comparación del 2015 este solo aumentó tres puntos (Sociedad LR, 2019).

En el país hay un aproximado de 7,8 millones de alumnos en educación inicial, primaria y secundaria. En los colegios públicos se encuentran 5.8 millones de matriculados y alrededor de 2 millones se matricularon en colegios privados. En resumen, 2 de cada ocho estudiantes se encuentra en un colegio privado, a nivel nacional (Redacción Economía, 2019).

De acuerdo con el Ministerio de Economía y Finanzas, el gasto que la educación pública realiza representa al 2.6% del PBI, lo que equivale a S/.3.269 por alumno. Respecto a la educación en escuelas privadas no hay fuentes ya que no se consideran todos los costos. Asimismo, según el Banco Interamericano de Desarrollo, el país es la región que menos invierte en la educación a nivel de Suramérica. Con tan solo el 3.7% del PBI, es decir que, por cada estudiante, las escuelas gastan un aproximado de 459 soles. Los países vecinos tienden a invertir al menos un 6% de su PBI en la educación (Gerencia Pública, 2018). Entonces, ¿si se realiza un gasto mayor, la calidad de educación será mejor? Las diferencias de gasto presentadas anteriormente explican una parte las diferencias en el rendimiento de estos tipos de instituciones. A simple vista el rendimiento en matemáticas y comprensión lectora de acuerdo con el MINEDU es mayor en las instituciones privadas (+3.4 puntos), al excluirse las características como la economía de los alumnos, el lugar donde estudian y el tipo de institución (unidocente o completo) esta ventaja observada se invierte. Luego de observar estos puntos, el alumnado de los centros educativos privados consiguió 8.8 puntos menos a diferencia de los alumnos de colegios públicos. Esto evidenciaría que el rendimiento de los estudiantes se encuentra más relacionado al nivel económico que a la asistencia a un colegio privado o público. No obstante, la aplicación de nuevas iniciativas modernas como el Innova Schools o Futura Schools, de forma eventual puede cambiar la cara de la educación privada promedio (Redacción Economía, 2019).

Cabe mencionar que la calidad de educación es un tema que el país viene trabajando y una prueba de esto es que generaron instituciones como la SUNEDU y SINEACE para intervenir en diferentes instituciones. El papel educativo es fundamental para que el país se desarrolle y, en caso no se toma en serio este punto la sociedad continuará retrocediendo. En los últimos años a nivel de Latinoamérica se enfatizó el sistema de evaluación de calidad para que se logre mejorar el aprendizaje de los jóvenes. En el Perú, se tiene la meta de que en el 2021 se cumplan los retos propuestos en el área educativa y si esto no se llega a superar, no se conseguiría una consolidación equilibrada a nivel social y económico (Redacción Economía, 2019).

Como se mencionó en años anteriores los estudiantes se hicieron famosos por su bajo puntaje en la prueba PISA, no obstante, las cifras mejoraron actualmente. Pese a esta mejora, este tema sigue preocupando ya que confirma que los peruanos no tienen el hábito de la lectura. Este problema se relaciona con la calidad que el sector brinda y si esto no mejora, los estudiantes seguirán quedando al final de la tabla (Gerencia Pública, 2018).

Respecto a la ciudad de Huancayo donde se realizó esta investigación, se pudo encontrar una gran deficiencia en la calidad de servicio educativo, esto se pudo observar a través de que la Unidad de Gestión Educativa Local realizó una supervisión, donde la calidad de estas instituciones no se encuentra garantizadas, ya que estas no cuentan con un plan de adaptación y presentan muchas deficiencias

En el Valle del Mantaro se pudo registrar un crecimiento de población escolar denotando una migración escolar rural, esto se da para que la calidad de vida de las personas se puede mejorar. De acuerdo con los datos de la DRE-J, cada año la migración de estudiantes crece, esto se da mayormente en instituciones públicas, donde al contar con más alumnos, estos reciben menos atención de los docentes y, por ende, su aprendizaje disminuye (Veli, 2019). Una gran cantidad porcentual de los padres considera que en las instituciones privadas se les

brinda una mejor calidad de servicio, por ello, estos cuentan con expectativas altas al inicio del año escolar. Esto se evidencia en el colegio San Juan Bosco, donde pese a su precio elevado, varios padres llevan a sus hijos a sus aulas, esta institución logra cubrir las expectativas que los padres tienen, generando una satisfacción en ellos, ya que consideran que su dinero es bien invertido. La institución cuenta con plataformas de atención, instalaciones modernas que hacen que las personas se sientan cómodas, además ellos mantienen al alumnado y los tutores informados acerca del desempeño de sus servicios (Veli, 2019).

Por ello se puede deducir que la calidad podría estar relacionada al costo, en el lugar de las instituciones públicas, ellas brindan una calidad de servicio estandarizada, la cual es brindada por el estado peruano, esta se plasma en la Normativa para la gestión de servicios. Los padres consideran que al ser una institución pública es normal que los trámites demoren, se llega a decir que la calidad de servicio resulta ineficiente en estos centros educativos y estos ya se encuentran normalizados entre la población (Alva, 2019). En el caso de la institución educativa pública Olimpia Sánchez Moreno, su calidad de servicio es ineficiente, este centro recibió muchas quejas de los padres por la demora de diferentes trámites. El director de esta institución es consciente de lo que sucede en su centro educativo, pese a eso no cuenta con las herramientas para mejorar esta situación (Alva, 2019).

En síntesis, puede mencionarse que las instituciones privadas presentan una mejor calidad de servicio que las instituciones públicas, no obstante, esta proposición no puede ser completamente cierta, debido a que aún no se determinaron las brechas entre la calidad de servicio y la percepción de esta, por lo que este informe buscó determinar la brecha que hay entre la expectativa del servicio y su percepción respecto a los colaboradores en un centro educativo de la ciudad de Huancayo.

1.3. Formulación del problema

Se planteó siguiendo los criterios de la coherencia, interrogación, especificidad, simplicidad, unicidad, etc. En esta investigación se considera un problema general y cinco problemas secundarios.

1.3.1. Problema general.

¿Cuál es la brecha entre la percepción de servicio y expectativa de servicio para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo?

1.3.2. Problemas específicos.

- ¿Cuál es la brecha de calidad de servicio en el componente elementos tangibles para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo?
- ¿Cuál es la brecha de calidad de servicio en el componente fiabilidad para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo?
- ¿Cuál es la brecha de calidad de servicio en el componente capacidad de respuesta para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo?
- ¿Cuál es la brecha de calidad de servicio en el componente seguridad para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo?
- ¿Cuál es la brecha de calidad de servicio en el componente empatía para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo?

1.4. Objetivos

Los objetivos del informe se plantearon tomando en cuenta la interrogante ¿Qué hacer?, y bajo el mismo lineamiento de los problemas de investigación se plantearon un objetivo general y cinco objetivos específicos.

1.4.1. Objetivo general.

Identificar la brecha entre la percepción de servicio y expectativa de servicio para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Identificar la brecha de calidad de servicio en el componente elementos tangibles para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo.
- Identificar la brecha de calidad de servicio en el componente fiabilidad para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo.
- Identificar la brecha de calidad de servicio en el componente capacidad de respuesta para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo.
- Identificar la brecha de calidad de servicio en el componente seguridad para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo.
- Identificar la brecha de calidad de servicio en el componente empatía para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación teórica.

La calidad de servicio es un tema fundamental al momento de gestionar una empresa, ya que garantiza competitividad y diferenciación, para lo cual las organizaciones deben conocer cómo medirla, mediante un diagnóstico ya sea: (a) interno, colaboradores; o (b) externo, clientes. Según el modelo propuesto por los siguientes autores, Parasuraman, Zeithaml y Berry, el modelo SERVQUAL ayudó a medir las expectativas, percepciones y brechas que son el resultado de la diferencia de las dos primeras; de esta forma la organización generó herramientas que le permita tomar decisiones y enfrentar el gran mercado competitivo de los últimos tiempos.

1.5.2. Justificación práctica.

La investigación estuvo enfocada en reconocer la brecha de la calidad de servicio bajo la percepción de los colaboradores; es decir, la diferencia que se da entre sus percepciones y

expectativas en función a cada una de sus dimensiones, al ser un estudio descriptivo se esperó que el resultado obtenido sirva a la institución educativa de herramienta para futuras investigaciones prácticas.

1.5.3. Justificación metodológica.

La investigación desde su aplicación metodológica se direccionó por medio de un enfoque cuantitativo, seguido de un tipo descriptivo, orientado por un diseño no experimental transaccional, y principalmente bajo un nivel de estudio descriptivo sin hipótesis. Por ello, mediante la aplicación del instrumento SERVQUAL, solo se buscó reconocer la brecha entre la expectativa y percepción del servicio para los colaboradores de la institución educativa.

Capítulo II. Marco Teórico

Este nivel es relevante ya que sirve de guía para brindar a la investigación principios y bases, considerando a los diferentes conceptos y de acuerdo con estos llegar a un resultado, garantizando la adecuada aplicación del método científico.

2.1. Antecedentes del problema

Esta sección es muy importante ya que en un estudio sirve como un marco de referencias que orientan en el tema a tratar. Estos sirven para hablar o analizar un tema en cuestión que influye situaciones posteriores y entenderlos, juzgarlos, etc.

2.1.1. Artículos científicos.

En la investigación de Reyes, Reyes y Rodríguez (2012), titulada “Percepción docente de la calidad del servicio educativo universitario”, realizado en México, fue desarrollada bajo la problemática que en la actualidad y con la globalización, la competitividad se convirtió en un pilar principal para enfrentarse a la competencia, para lo cual se requiere que las organizaciones presten sus servicios acorde a la demanda del mercado, así también implementar sistemas de gestión de la calidad de educación, llegando a conocer sobre las percepciones de la clientela interna en relación a la calidad de servicio y sus dimensiones. Tomando como referencia lo ya expuesto, el estudio buscó hallar la relación de la percepción de la calidad de servicio en el campo de la educación y la relevancia que dio las dimensiones que estructuran la calidad, por otra parte, sobre los maestros de tiempo completo, en México. Así también, como parte de su metodología la investigación se direccionó hacia una investigación de carácter descriptivo y correlacional, bajo un estudio cuantitativo, hipotético deductivo. La población lo conformó un total de 54 profesores de tiempo completo, y 98 docentes por materia de la facultad de ciencias humanas; de los cuales, solo 32 docentes fueron la muestra. El instrumento utilizado fue el SERVQUAL. Los resultados evidenciaron que la hipótesis general es aceptada, esta menciona lo siguiente, la percepción de la calidad de servicio

en el ámbito de la educación está con una relación con las variables que conforman la calidad para los docentes; sin embargo, las hipótesis específicas son rechazadas, es decir, no se acepta que las magnitudes de la percepción de los docentes en relación con las dimensiones del modelo SERVQUAL; sean satisfactorias para los docentes. Por lo tanto, esta investigación surgió con la finalidad de dar herramientas a los directivos para que estos desarrollen planes estratégicos y operativos que contribuyan en las mejoras de la institución.

En la investigación de Tumino y Poitevin (2014), titulada “Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes: caso de estudio”, fue desarrollada bajo la problemática de la calidad como ciencia para gestionar en los años 20, en un mundo organizacional y administrativo. Las organizaciones acuñaron varias maneras de poder medir y realizar una evaluación de la calidad. Inicialmente, el interés se centró en que los productos cuenten con calidad y después se llegó a expandir a las diferentes ramas, llegando hasta la educación. De esta manera se convirtió en un factor competitivo estratégico (Sanguesa, Mateo, & Ilzarbe, 2006). Debe de entenderse a la calidad como una definición abstracta en aplicación que cada empresa debe de comprenderla desde su perspectiva (Traba, Barletta, & Velázquez, 2010). “La definición engloba la manera como la organización brinda todas las especificaciones de sus clientes, el contacto con los clientes aporta a la imagen que estos generan sobre la organización” (Fernandez, 2003, p. 25). “El punto de vista de la calidad debe de ser respaldada por una instalación y gestión de la empresa, de manera que se pueda crear una filosofía que demande la superación de las expectativas del cliente” (Botero & Peña, 2006, p. 48). La percepción del usuario está compuesta de diferentes experiencias y ámbitos. “La calidad está definida por la percepción del usuario” (Camisón et al., 2006, p. 74). De esta manera puede comprenderse a la calidad y utilizarla puede traer consigo diferentes problemas, como el punto de vista del cliente deja a un lado el desempeño en lo que se refiere a los productos o servicios, ya que el punto de vista está enfocado en el último proceso. Además,

cuenta con elementos subjetivos, ya que cada usuario espera diferentes atributos y esta es uno de los modos más usados para evaluar el nivel de la calidad brindada. Se requiere mencionar que la calidad que percibe se relaciona a la adecuación de las especificaciones del objeto a los requerimientos de la persona (Fernandez, 2003). Pese a esto, se puede obtener datos a través del contacto con el cliente y saber más de los factores que determinan su percepción (Salvador C. , 2005).

De acuerdo con Koenes (1996) el mejor modo de conocer acerca de las expectativas de la clientela es cuestionándolos, pero de una manera concreta, precisa y fiable de conseguirla. Los centros educativos no se encuentran ajenos a esta perspectiva y deben de considerar la perspectiva del cliente acerca del servicio o producto a brindar. De acuerdo esta premisa se buscó saber cuales son los factores de la calidad de los servicios de la universidad y que impacto presentan en los alumnos y maestros de un centro superior de Argentina. Este estudio tuvo como objetivo realizar una escala de medida de la calidad del servicio en el aprendizaje universitario, así como reconocer cuales son las otras dimensiones que la estructuran. Así también, como parte de su metodología la investigación se direccionó hacia un corte cuantitativo, transversal y correlacional, ya que se buscó reconocer las dimensiones de la calidad de servicios universitarios que tiene un poder de predicción acerca de la perspectiva de la calidad en general. Los alumnos y los maestros de las 4 facultades fueron la población empleada. La muestra estuvo compuesta de alumnos de segundo y cuarto año de todas las especialidades que estructuran a las cuatro facultades, el total fue de 454 alumnos y 64 maestros. Se usó un instrumento basado en SERVQUAL, recomendado por Capelleras y Veciana (1999), asimismo se empleó la propuesta de Rubio Gómez, Aguilar Feijoo, Massa Sánchez, Maldonado y Ramírez Asanza (2005), que son referentes de la adecuación de los programas y la efectividad de los proceso administrativos, se llegó a elaborar una batería con 46 indicadores sobre el servicio universitario. El resultado fue evidenciar una diferencia

significativa en la competencia de los docentes. Con este resultado se puede suponer que el modelo universitario tiende a promover una interacción entre el docente y el alumno. Se recomienda diferenciar estos puntos de vista desde la proximidad al campus universitario. En la percepción de la calidad, la edad tuvo un papel importante, más que la mayoría de constructos, lo que suma a la recomendación de Santiñá, Prat, Martínez, Quintó, Trilla y Asenjo (2004) quienes mencionan que debe de investigarse la opinión de la calidad de servicio, por grupos de edad, a fin de adecuar los servicios a los requerimientos y expectativas de cada grupo. Por su lado, las diferencias halladas entre los puntos de vista de los alumnos de las unidades académicas que participaron en la investigación hallaron que los recursos y esfuerzos invertidos por las facultades, tanto en la capacitación docente como en el equipo que se ofreció en las prácticas, se valoran por los alumnos. De la misma manera, en las diferencias de percepciones que tienen los docentes y estudiantes, se evidenció que los alumnos cuentan con un protagonismo demandante de la calidad de servicio y el motivo de ser de las instituciones educativas. Por ello, uno de los aportes principales se encuentra en brindar un espectro variado y amplio acerca de los factores que estructuran la percepción de la calidad de los servicios de la universidad, constructo complejo y fundamental para sostener la preponderancia de un centro educativo. Se recomienda optimizar los datos conseguidos en el informe a los efectos de implementar mejoras y publicitarlas, de acuerdo con las propuestas de los diversos grupos encuestados, y replicar la administración de escala para que se detecten variaciones en la percepción.

2.1.2. Tesis nacionales e internacionales.

En el informe de Valera (2012) titulado Percepción de la comunidad sobre la calidad del servicio de una institución educativa de Ventanilla - Callao. Perú, se identifica el problema a raíz de un análisis contextual de la situación educativa en el país, siendo considerado como deficiente e irregular principalmente en el sector público, debido a posibles causas como una

deficiente formación y/o calificación del personal docente, insuficiente asignación presupuestal, deficiencias en infraestructura, falta de calidad de la enseñanza, entre otros. Por tales motivos, la investigación se centró en analizar la calidad del servicio educativo como un proceso de gestión desde la perspectiva del personal de las áreas administrativo, institucional, pedagógico y comunitario; con la finalidad de descubrir debilidades, mejorarlas, realizar reajustes o cambios para alcanzar una diferenciación efectiva de gestión dentro de tanta competencia y así los estudiantes adquieran las mejores competencias. La metodología se direccionó hacia una investigación no experimental de tipo y diseño descriptivo simple. La población lo conformó la comunidad educativa. La encuesta fue la encuesta, esta se adaptó de SERVQUAL y SERVPERF. Los resultados del informe evidenciaron que la calidad de servicio educativo para los integrantes de la comunidad educativa, este resultó de nivel medio, así también la comunidad educativa percibe como nivel medio la calidad del servicio en el nivel secundario en el área administrativa, institucional, área pedagógica y área comunitaria.

En la investigación de Arellano (2014) titulada Calidad del servicio en los programas académicos en línea según el modelo de Parasuraman et al. México. La investigación se desarrolló en consecuencia a que el autor consideró que en la actualidad la competitividad es una de las bases para que se consiga el éxito de una institución pública o privada, de la misma forma, esta impactó a variables internas y externas de la organización; como una de las variables más relevantes se puede nombrar a la calidad del servicio, y como esta es juzgada por el cliente en base a sus expectativas y percepciones. Por lo tanto, buscaron detectar las bajas que está teniendo la calidad de servicio en aplicaciones de materias en línea, a través del modelo de Parasuraman et al., el cual consideran ser el óptimo para llegar a medir las percepciones y expectativas de la clientela respecto a la calidad; para posteriormente generar planes estratégicos partiendo de debilidades y apuntando a convertirlas en fortalezas. Como parte de su metodología, la investigación fue descriptiva, ya que se buscó especificar solo las

percepciones y expectativas de la clientela al momento de realizar una evaluación de la calidad de servicio; así también fue exploratorio por no encontrarse en México investigaciones que hayan utilizado el modelo SERVQUAL para diagnosticar la calidad de servicio en programas académicos en línea. El diseño elegido fue el no experimental, seguido de un tipo transversal, la unidad de análisis la conformaron los jóvenes egresados de cursan un programa académico en línea, con una población de 400 jóvenes y la muestra de 271. Después de haber utilizado como instrumento de medición la herramienta SERVQUAL, los resultados señalan que la primera hipótesis debe de ser aceptada; es decir, que las percepciones de los usuarios respecto a las dimensiones de SERVQUAL empleadas para los programas académicos en línea, las expectativas del usuario son menores y por lo tanto existe una calidad de servicio insatisfactorio-deficiente. La segunda hipótesis también es aceptada, es decir, se afirma que cada una de estas variables empleadas en la calidad de servicio representan diferentes grados de importancia para los participantes, el orden de prioridad es en primer lugar aspectos de seguridad, seguido de capacidad de respuesta, fiabilidad, empatía y por último apariencia visual. Por último, la tercera hipótesis también es aceptada, es así como se afirma que existen brechas en las cinco categorías que determinan la calidad de servicio, las expectativas no llegan a superar a las percepciones, por esta razón las brechas son negativas.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Calidad de servicio.

La evaluación de este tema es muy complicada en comparación a un producto tangible, debido a que los servicios son caracterizados por ser (a) heterogéneos, (b) intangibles, e (c) inseparables. (Zeithaml et al., 1993)

Su evaluación no solo depende de lo que el usuario recibe al final, sino que se cuenta con el proceso de recepción del servicio, por ello su evaluación solo dependerá de los criterios que establezca un cliente (Zeithaml et al., 1993). Si se busca conseguir un nivel alto, esto se

puede conseguir si “se iguala o sobrepasa las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio” (Zeithaml et al., 1993, p. 21). Por lo tanto, es posible definirla como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones” (Zeithaml et al., p. 21).

2.2.2. Percepción de calidad de servicio.

“Se determina de acuerdo con lo bien que se brindaron los servicios, esta se evalúa de acuerdo con las expectativas del cliente sobre lo que él esperaba” (Zeithaml et al., 1993, p. 15).

Según Camisón et al., (2006) “las percepciones del cliente sobre la calidad del servicio pueden ser inestables en el tiempo” (p. 37), la variabilidad dependerá de diversos factores que se presentan en un proceso de compra; estos son mostrados en la *Tabla 1* Factores que influyen en la percepción de calidad de servicioTabla 1.

Tabla 1

Factores que influyen en la percepción de calidad de servicio

Antes de la compra	Durante la compra	Tras la compra
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Precio y rendimiento anunciado ▪ Experiencia previa. ▪ Reputación del distribuidor ▪ Opinión de amigos ▪ Resultados publicados de pruebas ▪ Nombre e imagen de marca de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Garantías ▪ Características y rendimientos ▪ Comentarios del vendedor ▪ Precio y rendimiento ofrecido ▪ Política de servicio y reparaciones ▪ Programa de apoyo al usuario 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fiabilidad ▪ Facilidad de instalación y uso ▪ Rendimiento comparativo ▪ Disponibilidad de piezas de recambio ▪ Atención a las reclamaciones, reparaciones y garantías ▪ Eficacia del servicio

2.2.2.1. Expectativa de la calidad de servicio.

Para Camisón et al. (2006), las expectativas son los deseos y las necesidades de los consumidores, según Parasuraman et al. (1985) citado por Camisón et al. (2006), en las expectativas surge la definición de la tolerancia, esta se limita por dos secciones: (a) servicio que se desea (el servicio ideal) y (b) el servicio correcto (el mínimo aceptable); estos niveles determinan el nivel de la calidad, será negativa si la percepción real se encuentra bajo el servicio correcto y esta llegaría a ser positiva si la percepción real está por encima del servicio deseado, por lo que también se genera una ventaja competitiva si el resultado de la percepción está en el área de la tolerancia, y desventaja competitiva al estar debajo.

Así como en las percepciones, para las expectativas también existen factores que las influyen, como son: (a) comunicación boca a oído, que involucra lo que los usuarios oyen sobre los demás clientes; (b) requerimientos de los clientes, (c) experiencia con el empleo del producto o servicio, y (d) comunicación externa de los que brindan el servicio. (Zeithaml et al., 1993).

2.2.2.2. Calidad de servicio en las instituciones públicas y privadas.

En el sector público se cuenta con el reto de tomar un rol fundamental en la modernización de la sociedad y la economía, de forma que estos dos puntos sean dinámicos, que estos crezcan de forma equilibrada y de esta manera puedan generar más y mejores empleos, asimismo facilitar una cohesión social mayor. Además, es uno de los principales suministradores de servicios para las empresas y esta influye en sus capacidades para competir. De esta forma, brindan servicios a las personas, brindándoles salud, trabajo, educación y seguridad (Oficina de Calidad de los servicios, 2016).

Las instituciones públicas presentan una clave en los términos de los factores de producción, como sería la oferta de los empleados cualificados por el sistema educativo.

Haciendo que las instituciones públicas sean más eficientes y eficaces (reduciendo los papeleos y brindando accesos cómodos para el usuario), de esta forma haciendo que sus clientes se sientan seguros y confiables con la calidad, impulsando así el crecimiento económico en general. Se espera que el personal de estas instituciones se encuentre capacitados lo suficiente para brindar un buen servicio a la población (Oficina de Calidad de los servicios, 2016).

Los pobladores se van acostumbrando diariamente que se les brinde tiempos de respuesta más eficaces y uno servicios de mejor calidad. Ahora bien, es esperado que las instituciones públicas tengan el mismo comportamiento. Ya que, a veces los trámites, son lentos, generando colas largas y el tener que darle los mismos datos una y otra vez a la institución puede ser tedioso, estas son prácticas que son criticadas cada vez más en todas las instituciones del país. (Oficina de Calidad de los servicios, 2016).

Una de las acciones que el gobierno tomo para el desarrollo de la modernización de la gestión del país, comprende que la calidad de la prestación de bienes y servicios a la ciudadanía debe de ser mejorada; por ello, se emitió una Norma Técnica para la Gestión de la Calidad de Servicios en el Sector público, la cual es un instrumento de gestión que se orienta a mejorar los bienes y servicios en ventaja de las personas. Para elaborar la norma técnica se tomaron en cuenta los resultados obtenidos de la Encuesta de Satisfacción Ciudadana 2017 (Presidencia del Consejo de Ministros, 2019).

En esta norma técnica se encuentra incorporado el concepto de conductores que impactan en la satisfacción de las personas, esto se refiere a los componentes universales que se encuentran en todos los bienes y servicios de las instituciones públicas y que tienen impacto en la satisfacción de las personas, de acuerdo a la respuesta que se les brinda a sus expectativas y necesidades (Presidencia del Consejo de Ministros, 2019).

Respecto a las instituciones privadas, su calidad se puede ver mejorada debido a que cada empresa cuenta con un método distinto de atención, al ser privada cuenta con más

ventajas, como la rapidez en la atención, siendo esta personalizada para cada cliente, no obstante esta puede verse influenciada por el nivel socioeconómico de la institución, ya que una empresa con muchos activos, no quiere decir que la empresa superará todas las expectativas de calidad, esto se debe más a los años de experiencia con la que esta cuenta.

Para este tipo de instituciones el nivel de expectativas puede llegar a ser “muy alto”, ya que los indicadores de las expectativas se basan en los recursos con los que esta cuenta, en referencia a sus instalaciones, equipos modernos y personal pulcro. Pese a estos puntos, la mayoría de los ciudadanos no se encuentran satisfechos con la atención que se brindan en estos centros, siendo estos calificados con un nivel de calidad de servicio bajo (Loli et al., 2013).

2.2.3. Modelos de calidad de servicio.

2.2.3.1. Escuela nórdica.

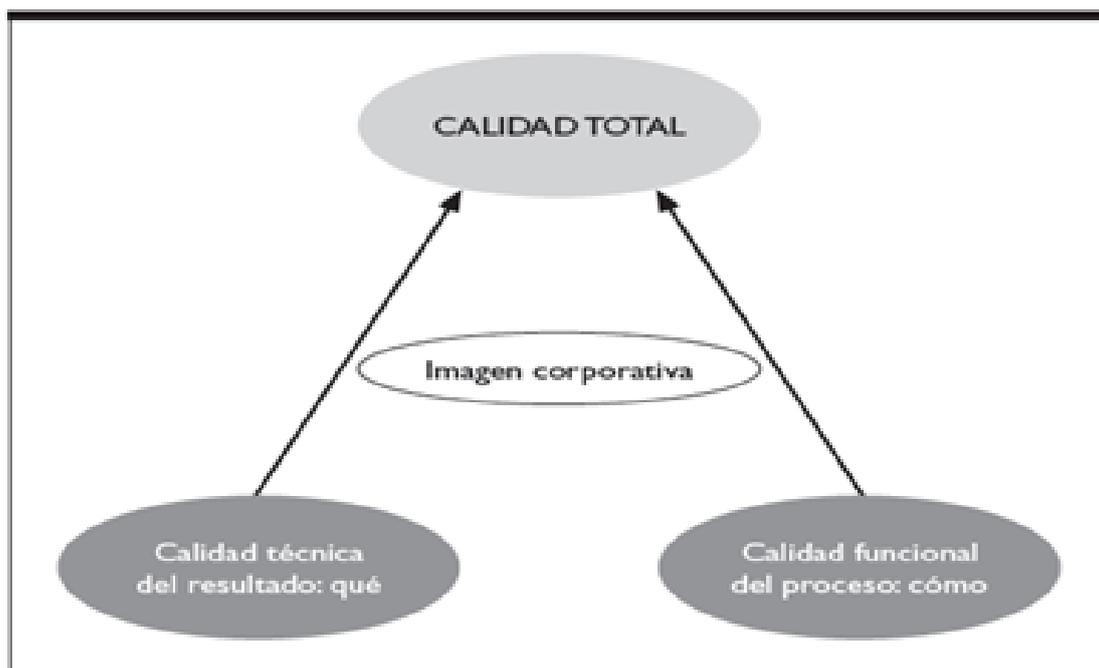


Figura 1. Modelo de la imagen.

Nota. Tomado de *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Por Camisón, C., Cruz, S. & Gonzales, T.2006, Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.

La escuela nórdica tiene como principal exponente a Grönroos, quien propone el Modelo de la Imagen a fin de gestionar el punto de vista de la calidad de servicio. Este método

se basa en dos dimensiones: (a) dimensión técnica o diseño del servicio, implica darle valor a lo que esperan los clientes; (b) dimensión funcional, implica el cómo es prestado el servicio. Adicionalmente Camisón et al. (2006) consideran que el modelo también está conformado por una tercera dimensión o componente, denominado (c) imagen corporativa.

Por lo tanto, para el modelo de Grönroos la calidad que percibe un cliente dependerá de ofrecer lo que esperan los clientes (calidad técnica), la forma como el servicio se brinda (calidad funcional) y la imagen de la organización (Camisón et al., 2006). Dicho modelo se muestra en la Figura 1.

2.2.3.2. Escuela norteamericana.

Esta escuela ha enfocado su estudio en la óptica de percepción de los clientes (Camisón et al., 2006), fue propuesta por Parasuraman et al., los cuales elaboraron un modelo sobre las Deficiencias o de los Gaps, a fin de reconocer las variaciones de un servicio deficiente (Botero & Peña, 2006).

El modelo está compuesto de cinco gaps, en el que el GAP 5 se origina de las deficiencias de los cuatro gaps restantes (Botero & Peña, 2006).

2.2.3.3. Modelos de gestión con implicaciones estratégicas.

El modelo propuesto por Brogowicz, Delene y Li, toma en consideración los estudios de la escuela nórdica y la norteamericana para proponer su modelo, en el da prioridad a aspectos de gestión. Los autores consideran que es de suma importancia considerar la planificación, implementación y control en las dimensiones propuestas por la escuela nórdica [técnica y funcional] para minimizar el gap que se origina de la diferencia entre la calidad que se espera y se recibe, propuesto en la escuela norteamericana. (Botero & Peña, 2006).

2.2.3.4. SERVPERF.

Fue propuesto por Cronin y Taylor (1992), esta fue creada como otra opción, basado en el modelo SERVQUAL, con la diferencia de que este solo se enfoca en medir las percepciones

del usuario acerca del servicio que percibe por medio de 22 afirmaciones, las cuales son las mismas que se utilizan en el Modelo SERVQUAL, así mismo el instrumento es considerado como de menor costo y más manejable (Camisón et al., 2006)

2.2.4. Modelo SERVQUAL.

2.2.4.1. Historia.

El modelo en cuestión fue elaborado por Parasuraman et al., alrededor de los años 1985 y 1988; se llegó a desarrollar a partir de las encuestas que realizaron en varios estados de Estados Unidos, estas entrevistas se realizaron en los bancos, en la seguridad, tarjetas de crédito, mantenimiento y reparación de productos. Los resultados que se consiguieron en estos conjuntos focales lograron confirmar que los usuarios se influenciaron por las dimensiones del desarrollo y no solo por los resultados de la evaluación por los que el usuario puede evaluar, fuera del servicio que realizó el estudio, a saber: cordialidad: respeto, cortesía, amabilidad del personal; competencia: apropiación de las habilidades, saberes requeridos para hacer los servicios; comprensión: se esfuerza por comprender al cliente y lo que ellos necesitan; comunicación: informar a los clientes sobre el lenguaje apropiado; credibilidad: verdad, confianza y honestidad; accesibilidad: contacto empático y proximidad; seguridad: falta de peligro, duda o riesgo (Mora, 2011). De acuerdo con estos datos se pudo generar información acerca de la calidad de servicio en función al cumplimiento de lo que el cliente espera (expectativas). Zeithaml et al., (1993) se fundamentaron en la definición de la calidad de servicio que se percibe por las personas, para que de esta manera se desarrolle un modelo que consiga medir la calidad de este. El modelo se evaluó las percepciones y las expectativas del cliente, las cuales serán obtenidas de acuerdo con las investigaciones previas en los diferentes sectores donde se investigó (Sánchez & Sánchez, 2016).

Estos autores parten desde una perspectiva confirmada por Grönroos, elaborando una herramienta que pueda medir la calidad de un elemento percibido. Luego de un informe y

algunas evaluaciones, se toma de acuerdo a un concepto de calidad de servicio que pueda ser cuantificada, se desarrolla un instrumento que pueda medir de forma numérica al servicio y este fue llamado SERVQUAL (Parasuraman, Berry, & Zeithami, A conceptual model of service quality and its implications for future research, 1985). Inicialmente de acuerdo con Parasuraman et. al (1985), existían 9 dimensiones, las cuales se encuentran presentes en la

Figura 2:



Figura 2. Dimensiones iniciales del modelo SERVQUAL.

Adaptado de "A conceptual model of service quality and its implications for future research/ Journal of Marketing", Parasuraman et. Al, Journal of Marketing (1985)

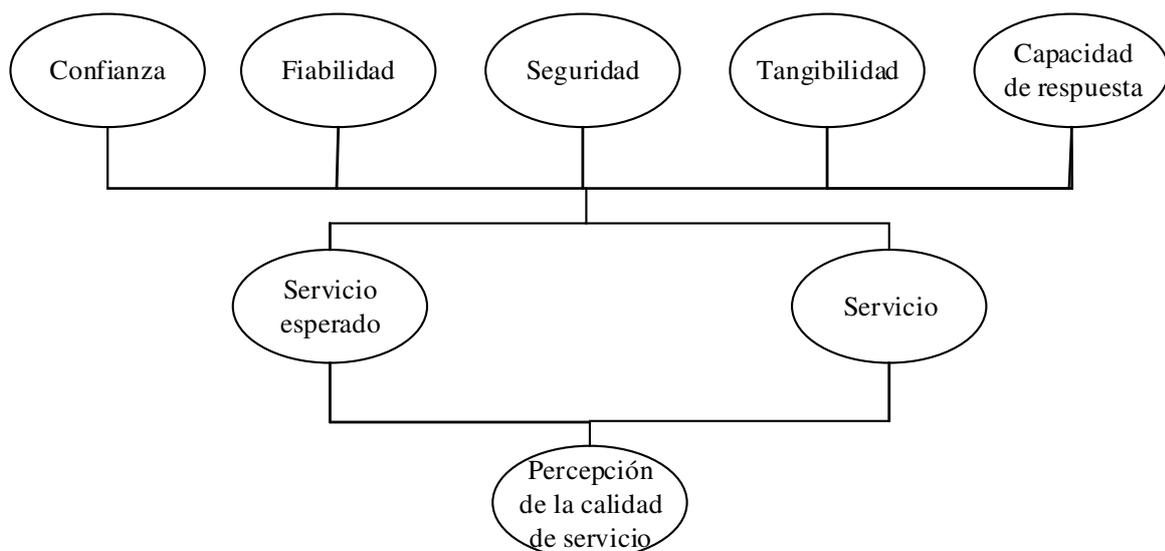


Figura 3. Dimensiones vigentes del modelo SERVQUAL.

Adaptado de SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of services quality/Journal of Retailing, Parasuraman et. al, Journal of Retailing 1988, p. 20

No obstante, como respuesta a las críticas recibidas, Parasuraman et. al (1988) agrupó a las dimensiones presentes en la figura anterior en cinco grupos nuevos, las cuales son mostradas en la siguiente figura, de esta forma se redujo el modelo.

2.2.4.2. Definición.

El Modelo SERVQUAL deriva de la unión de los términos en inglés SERVICE QUALITY. Este modelo se emplea para que la calidad de servicio de las empresas se pueda medir. El SERVQUAL tiene una escala compuesta de 22 indicadores para que se evalúen las expectativas; además, estos indicadores sirven para que se evalúe su percepción; dando así una herramienta estructurada por 44 ítems (Fernandini, 2018).

Brinda otra definición, SERVQUAL es un método de investigación comercial, que puede medir la calidad del servicio, saber las expectativas y apreciaciones del usuario sobre el servicio que recibió.

Este modelo puede permitir el análisis de los factores cuantitativos y cualitativos de la clientela. Permite identificar factores impredecibles e incontrolables de la clientela.

El SERVQUAL brinda información detallada acerca que las opiniones de la clientela, acerca del servicio de las empresas, a través de este modelo reciben comentarios y sugerencias del usuario sobre ciertas mejoras, acerca de las impresiones del personal respecto a la expectativa y el punto de vista de la clientela. Además, este modelo se emplea para mejorar y realizar comparaciones con otras organizaciones (Matsumoto, 2014).

Por otra parte, los creadores de este modelo comentan que la organización de servicios cuenta con sus particularidades dependiendo del servicio que se brinda, las cinco dimensiones de seguridad calidad de respuesta, empatía, tangibilidad, seguridad y fiabilidad las cuales desarrollaron Zeithaml et al., (1988).

2.2.4.3. Componentes del modelo SERVQUAL.

El método SERVQUAL hace referencia a la opinión que los clientes tienen sobre los ítems del cuestionario. Por este motivo puede afirmarse que este modelo corresponde a un cuestionario compuesto de preguntas cerradas las cuales abordan a cinco variables o dimensiones, las cuales agrupan a 22 indicadores sobre la calidad de servicio. El cuestionario está compuesto de tres partes, las cuales son detalladas a continuación:

En el primer punto, el objetivo es medir las expectativas del usuario sobre un servicio que recibió, a través de la realización de afirmaciones sobre cómo debería de haber sido el servicio prestado por una empresa ideal que se encuentra en el mismo nivel, o sea lo que se espera de esta empresa.

La segunda parte, es donde se mide la percepción de los usuarios sobre la calidad de servicio recibido brindado, considerando como base, al desempeño efectivo con la que cuenta la empresa, lo que debe de estar claro es que el sujeto evaluado debe de saber la organización que tiene o debe de contar con una experiencia de esta empresa.

En la última sección, se busca cuantificar las evaluaciones que los clientes realizaron sobre la relevancia relativa de las dimensiones con las que cuenta el modelo SERVQUAL.

Se requiere mencionar, que esta encuesta puede ser adaptada a las necesidades de medición de cualquier estudio, así como las especificaciones de la empresa donde esta va a ser aplicada. La medición que presenta el cuestionario SERVQUAL puede ser medida por a través de la escala Likert, esta se llama así en honor a Rensis Likert, quien fue quien elaboró esta metodología (Bustamante, Tello, & Obando, 2020).

Este instrumento presenta al evaluado una serie de 22 proposiciones, ante las que el individuo debe de presentar un cierto nivel de acuerdo registrando la opinión que tiene en la escala Likert que se propuso, lo normal es que la medición se componga de cinco puntos

crecientes. En cambio, la escala de tipo ordinal mide la percepción y la expectativa de satisfacción del cliente a través de distintos parámetros (Parasuraman et al., 1988).

2.2.4.4. Brechas del modelo SERVQUAL.

Sin embargo, desde el punto de vista del cliente, la impresión más vivida del servicio sucede al momento del encuentro del momento de la verdad, en otras palabras, cuando los clientes tienden a interactuar con la organización que elabora el servicio. Es necesario mencionar que las expectativas de la calidad de servicio varían en cada persona y estas se encuentran influenciadas por las actitudes, valores, costumbres, modales, cultura, produciendo brechas entre lo que se espera y lo que se recibe, generando un área de tolerancia, esta varía de acuerdo con las dimensiones del servicio, así como las anteriores experiencias. Sin embargo, la satisfacción del usuario (la evaluación realizada por este sobre algún servicio o producto, en condiciones de si el servicio o producto cubrió las expectativas y necesidades); y esta se influye por las características detalladas en el servicio o producto.

Este modelo logra diferenciar la calidad expresada de la calidad que percibe. A partir de cinco brechas, que se basan en la falta de la calidad y en ciertas situaciones se origina en los aspectos interno de la organización en sí. De acuerdo con estas subsecciones se puede medir e identificar los errores de la calidad. Seguido a esto las discrepancias o brechas son mencionadas a continuación (Sánchez & Sánchez, 2016).

- Discrepancia 1: hace referencia a la comparación de las expectativas que presenta la clientela y a las percepciones que la organización presenta acerca las supuestas expectativas del cliente.
- Discrepancia 2: Se refiere a la comparación de los caracteres del servicio que se brindó y las percepciones que la organización tiene de las expectativas de los usuarios.

- Discrepancia 3: Se refiere a la comparación entre los detalles del servicio que se va a brindar y el servicio que la clientela recibe.
- Discrepancia 4: Hace referencia a la diferencia del servicio que la empresa entrega y la comunicación externa que se orienta a los usuarios, el marketing se encuentra involucrado.
- Discrepancia 5: Hace referencia a la diferencia que se da entre lo que espera el usuario y lo que él recibe en realidad. Es relevante saber que esta discrepancia es generada según las anteriores discrepancias. Por esta razón, en este punto se necesita reducir las deficiencias en las discrepancias presentadas anteriormente (Sánchez & Sánchez, 2016).

Luego de que las empresas reconocieron las discrepancias o brechas de la no calidad en el servicio, se requiere la formulación de las razones que lo producen y de este modo determinar las acciones correctivas que hagan que la calidad del servicio sea lo peor.

Según Zeithaml et al., (1993), los motivos principales que colocan a las empresas en una situación de no calidad en los servicios son las siguientes, esto es presentada de acuerdo con cada discrepancia:

- Discrepancia 1: se relaciona a la ausencia de un plan de marketing, de parte de la organización; deficiencia de comunicación y altos niveles de mando.
- Discrepancia 2: La dirección no tiene estrategias para la gestión de la calidad; no tiene procedimientos, normas, especificaciones que se realice el servicio
- la dirección no cuenta con una estrategia para gestionar la calidad; no cuentan con procedimientos, reglas, estándares para elaborar el servicio.
- Discrepancia 3: Las funciones del personal no se encuentran definidas de forma clara, inconsistencia en la tecnología, falta de una buena supervisión y manejo, falta de trabajos grupales.

- Discrepancia 4: Falta de comunicación horizontal entre los departamentos con las que cuenta la empresa, así como los clientes. Es decir, la empresa promete más allá de lo que esta puede brindar (Sánchez & Sánchez, 2016).

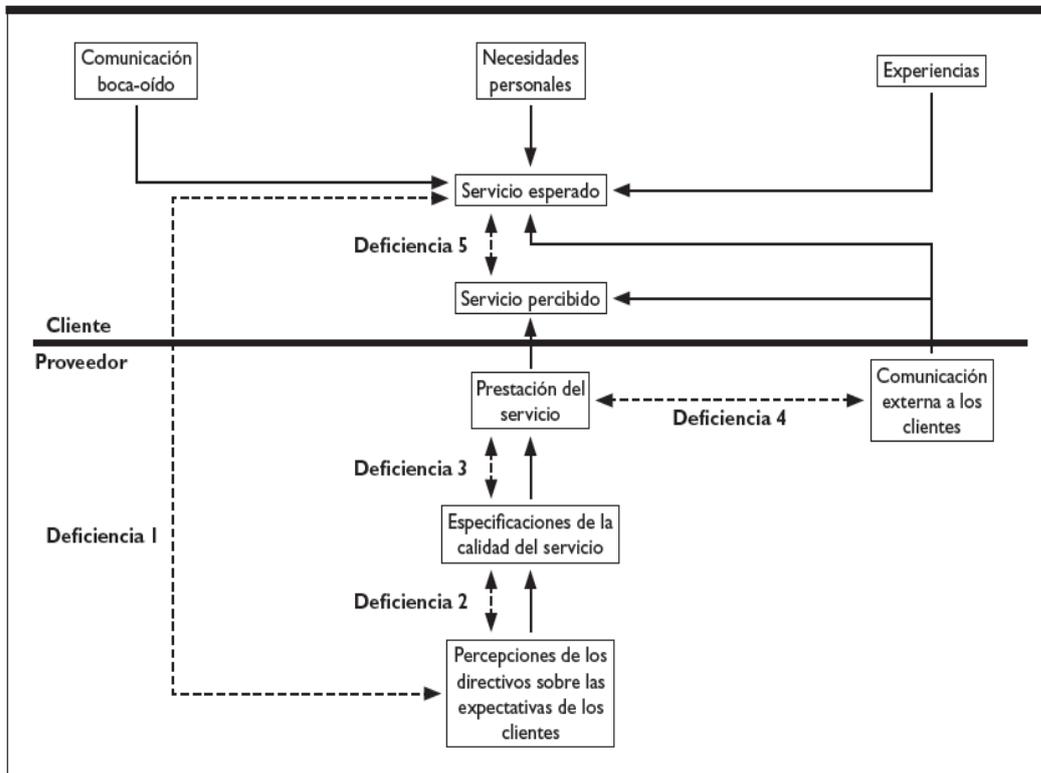


Figura 4. Modelo de deficiencias.

Nota. Tomado de Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Por Camisón, C., Cruz, S. & Gonzales, T. 2006, Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.

2.2.4.5. Uso del Modelo SERVQUAL.

Este modelo se usa para evaluar y medir el concepto de calidad percibida por la clientela propuesta por Parasuraman et al. (1985). En la actualidad este modelo es más completo y el mejor instrumento de referencia para medir la satisfacción que el cliente percibe.

El modelo fundamenta su atención en la estrategia y el desarrollo de las empresas que la usan para conseguir la excelencia, su modelo está compuesto por el uso, así como para causar estrategias para la disposición de prácticas de decisiones (Mora, 2011).

Este instrumento permite una aproximación mediante una evaluación fuera de la expectativa y la percepción de la clientela, el comentario de la clientela es apoyada en el

informe (Fernandini, 2018). Asimismo, se pueden realizar comparaciones entre las empresas que presten un mismo servicio o brinden un producto parecido en diferentes regiones. Es un modelo con una adaptación fácil, el cual puede ser modificado según las especificaciones que busca evaluar la organización. Finalmente permite que se examine la diversidad de opiniones que tienen los usuarios sobre la organización, las expectativas y perspectivas que se encuentren relacionadas con la calidad de servicio (Bustamante, Tello, & Obando, 2020).

La calidad se puede medir mediante la aplicación de la metodología cuantitativa, donde las variables se convierten en números porcentuales, mediante una escala de conversión. Además, este modelo depende del criterio que el autor tome para continuar con la medición de la calidad del servicio, donde se califiquen los aspectos negativos y positivos desde el 0 al 5, 0 al 10 y 0 al 100; tomando en cuenta que cada parámetro que forme la escala debe de calificarse con estimaciones iguales.

2.2.4.6. Dimensiones.

Parasuraman et al. (1985) después de que revise su anterior metodología y hacer investigaciones cuantitativas y empíricas, el modelo fue simplificado en cinco dimensiones. Estas se componen de 22 preguntas y estas son distribuidas de acuerdo con la importancia que tenga cada dimensión para la organización que lo emplea. La discrepancia que resulta de las expectativas y percepciones es el instrumento para evaluar la calidad que el cliente lo percibe (Sánchez & Sánchez, 2016).

Luego de enviar los resultados de los estudios del análisis estadístico para establecer las relaciones entre las dimensiones, de las cinco, tres de ellas se encuentran intactas: confiabilidad, tangibilidad y capacidad de respuesta. Entre las siete dimensiones que quedan se les aumentaron la empatía y garantía. Este estudio pudo demostrar que los usuarios las empleaban como criterios para que la calidad de servicio sea juzgada. Las dimensiones no se excluyen entre ellas, no obstante, brindan un importante marco para comprender las

expectativas de los clientes y los problemas que delinear el servicio desde la perspectiva de quienes lo juzgan. Luego de este refinamiento, se usan las siguientes definiciones (Camisón, et al., 2006).

A. Elementos tangibles.

Los elementos tangibles se refieren a los aspectos físicos que puede percibir el usuario y de esta manera el cliente llega a evaluar a la organización, todo juega parte de la evaluación, comenzando desde la limpieza del lugar, el orden que se mantiene dentro de la instalación, la apariencia que las instalaciones tienen externamente, hasta los trabajadores del lugar y los equipos que se emplean. El modelo SERVQUAL en este punto tiende a comparar las expectativas que los clientes presentan con el desempeño que la organización presenta, de acuerdo con la capacidad que tiene para que logre administrar a los elementos tangibles. El SERVQUAL cuenta con dos subdimensiones para esta dimensión, donde una de ellas se enfoca directamente con las instalaciones y el equipo y la otra dimensión evalúa a los trabajadores y los materiales empleados para la comunicación (Castillo, 2015). En este sentido, se tiene “los servicios no pueden ser inventariados; si no es utilizada la capacidad de producción de servicio, se pierde” (Druker, 1990, p. 18).

- Los equipos empleados tienen una apariencia moderna.
- Las instalaciones se ven atractivas a la vista del cliente.
- Los empleados presentan una apariencia pulcra.
- Presentan componentes materiales atractivos para el cliente (Torres & Vásquez, 2015).

B. Fiabilidad.

Esta es una de las dimensiones más importantes que el SERVQUAL presenta, esta se refiere a la capacidad que la empresa tiene para prestar el servicio, ofreciéndolo de manera confiable, segura para el usuario y cuidadora. En esta definición se encuentra incluida en la

puntualidad y en todos los componentes que llegan a permitir que el usuario detecte la capacidad y los conocimientos profesionales con los que la organización cuenta, en otras palabras, la fiabilidad quiere decir brindar un buen servicio adecuadamente desde que el cliente ingresa a las instalaciones y que la organización pueda cumplir con todas las promesas que inicialmente se pactaron de forma exacta y confiable (Castillo, 2015). En este sentido, se tiene “es la manera confiable, segura y cuidadosa en que la empresa ofrece sus servicios. Dentro de este concepto se encuentran todos aquellos factores como la capacidad y el conocimiento profesional de la organización” (Druker, 1990, p. 18). Para Parasuraman et. al (1988), se relaciona con la fiabilidad y el cuidado de un servicio.

- Cumplen con lo que prometen.
- No presentan errores.
- El servicio finaliza al tiempo indicado.
- La primera vez que lo brindan, el servicio es bien realizado (Torres & Vásquez, 2015).

C. Capacidad de respuesta.

Esta dimensión hace referencia a la actitud que la empresa tiene para que brinde apoyo a los usuarios y para brindar un servicio rápido, asimismo se toma en cuenta como parte de esta sección al cumplimiento a tiempo de todos los compromisos con las que la empresa cuenta o contó, así como la accesibilidad que esta empresa pueda tener la organización con el usuario, en otras palabras, las posibilidades que la empresa le brinda para poder entrar en contacto con esta misma y cuan factible puede ser para que lo pueda conseguir (Castillo, 2015). Se tiene “La actitud que tiene la organización prestadora del servicio para ayudar a los clientes y realizarlo de manera rápida” (Druker, 1990, p. 18). Esta, según Parasuraman et. al (1988), se encuentra relacionada con la voluntad o disposición de los integrantes de la organización para atender a los usuarios.

- Los empleados presentan un servicio rápido con el cliente.
- Se comunica a los clientes cuando finaliza su servicio.
- Los empleados presentan una predisposición a apoyar al cliente.
- Los empleados jamás se encuentran tan ocupados como para brindar apoyo al cliente (Torres & Vásquez, 2015).

E. Seguridad.

Esta dimensión se refiere al sentimiento que el usuario presenta cuando coloca todos sus problemas en las manos de cierta institución y de este modo, demostrando que confía en la organización para que estos se resuelvan de la mejor forma que se pueda. Este punto implica que la organización cuente con la credibilidad, confiabilidad, integridad y honestidad. Esto quiere decir que no solo importa el cuidado de los intereses que el usuario presenta, sino que también debe de notarse la preocupación por parte de la organización, esta debe de demostrar que se encuentra preocupado por brindar al usuario la mejor satisfacción a todas sus necesidades (Castillo, 2015). En este sentido, se tiene “esta palabra incluye la credibilidad que brinda la organización al cliente en el sentido de que su problema será resultó de la mejor manera abarcando aspectos de honestidad y confiabilidad” (Druker, 1990, p. 18).

- Los empleados presentan un comportamiento confiable.
- Los usuarios de la organización se sienten seguros.
- La amabilidad de los trabajadores es muy bien vista.
- Los empleados cuentan con los conocimientos suficientes sobre los productos o servicios brindados (Torres & Vásquez, 2015).

D. Empatía.

Esta dimensión hace referencia a la capacidad que la organización tiene de sentir y comprender las emociones de los demás, a través de un proceso de reconocimiento, atención individualizada para cada cliente y el conocimiento con el que cuenta los trabajadores de la

empresa acerca de los servicios o productos que brindan. Los pilares básicos son el respeto y la adecuada predisposición para atender a los clientes de la empresa. Se necesita de un compromiso fuerte y una implicación grande con el usuario a atender, sabiendo a profundidad sobre los requerimientos y especificaciones personales de lo que el usuario busca al acercarse a la organización (Castillo, 2015). En este sentido, se tiene “Es la relación resultante entre la organización y el cliente; aunque el servicio es realizado por los empleados de la organización, el cliente es partícipe indirecto en el proceso” (Druker, 1990, p. 18).

- Brindan una atención personalizada para cada cliente a atender.
- Los horarios de trabajo de resultan ser convenientes para los usuarios.
- Se cuenta con los trabajadores que brindan una atención personalizada.
- Presentan preocupación por los clientes.
- Comprenden los requerimientos que los clientes presentan (Torres & Vásquez, 2015).

2.2.4.7. *Dimensiones de calidad de servicio según otros autores.*

En la Tabla 2 se muestran las propuestas de diversos autores en relación con las dimensiones que influyen en la calidad de un servicio, con excepción de Garvín en el cual sus dimensiones están direccionadas a un producto (Camisón et al., 2006).

Tabla 2

Otras dimensiones de calidad de servicio

Autor	Dimensiones
Garvín (1984)	1) Desempeño 2) Características 3) Confiabilidad (probabilidad de mal funcionamiento) 4) Apego (habilidad de cumplir con las especificaciones) 5) Durabilidad 6) Aspectos del servicio (rapidez, cortesía, competencia y facilidad de corregir problemas) 7) Estética 8) Calidad percibida
Lehtinen y Lehtinen (1982)	1) Calidad física, que incluye los aspectos físicos del servicio (equipamiento, edificios, etc.)

	2) Calidad corporativa, que afecta a la imagen de empresa
	3) Calidad interactiva, que deriva tanto de la interacción entre el personal y el cliente como de los clientes con otros clientes.
Grönroos (1984)	1) Dimensión técnica o resultado
	2) Dimensión funcional o relacionada con el proceso
	3) Imagen corporativa
Eiglier y Langeard (1989)	1) La calidad del output o la calidad el servicio prestado como resultado final.
	2) La calidad de los elementos del servicio o la calidad de los elementos que intervienen en el proceso de fabricación del servicio.
	3) La calidad del proceso de prestación del servicio.

2.2.4.8. Importancia del modelo SERVQUAL.

Esta modelo debido a la flexibilidad de adaptación puede aplicarse en diferentes empresas. Esta adaptación se da al momento de ajustar el cuestionario de acuerdo con las características de cada servicio a medirse. Pese a este uso, a lo largo de los treinta años, el cuestionario original fue muy analizado, adaptado y criticado de acuerdo con las necesidades que diferentes sectores presentaron (McCollin, Ograjensek, & Gob, 2011).

En Latinoamérica se pudo determinar cómo este modelo, el cual es el más aplicado, confirmó su potencial conceptual y progresivo ya que se flexibilidad interna y su adaptación externa de sus dimensiones, pudieron ser ajustadas perfectamente a diferentes contextos de servicios y organizaciones (Bustamante, Tello, & Obando, 2020).

Este modelo puede llegar a ser una medida eficiente de la calidad de servicio, no obstante, ya que cuenta con una gran variabilidad en sus ajustes de las dimensiones encontradas en los diversos estudios que la emplearon, la estructura y la cantidad de factores del modelo y sus respectivas escalas, fue ratificada sistemáticamente en las diferentes realidades donde este es aplicado (Bustamante et al., 2020).

Este modelo también resulta importante ya que gracias a este método y la aplicación de su encuesta se puede conocer los comentarios y expectativas que los clientes tienen sobre la

organización y esta puede ser mejorada a través de las sugerencias que los clientes comunican mediante este cuestionario (Cantú, 2010).

2.3. Definición de términos básicos

- **Calidad.** Se entiende como calidad a “la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio en que se sustenta su capacidad para satisfacer determinadas necesidades” (Arciniegas & Mejías, 2016, p. 33). Así también “la calidad se produce en una evaluación a largo plazo, como resultados de procesos psicosociales de carácter cognitivo y afectivo” (García et al., 2014, p. 53).
- **Calidad de servicio.** Este se da por la proximidad del servicio que se espera y el percibido, mide el nivel en que los requisitos deseados por el usuario se perciben por el luego de forjarse una impresión del servicio brindado” (Camisón et al., 2006).
- **Servicio.** “Es un tipo de bien en el que predominan los componentes intangibles, frente al producto que sería aquel bien en el que predominan los componentes tangibles” (Camisón et al., 2006, p. 17).
- **Percepción.** “Son las creencias de los consumidores relativas al servicio recibido” (Camisón et al., 2006, p. 17).
- **Expectativa.** “Son los deseos y necesidades de los consumidores” (Camisón et al., 2006, p. 18).

Capítulo III. Variables

3.1. Identificación de variables

- Solo se considera en la investigación a la variable calidad de servicio, el cual contempla cinco elementos o componentes: (a) elementos tangible, (b) fiabilidad, (c) capacidad de respuestas, (d) seguridad y (e) empatía

3.2. Operacionalización de variables

La importancia de la operacionalización de variable es que facilitan la visión global que permite recomponer la información recabada para integrarla en una explicación de cada una de las dimensiones y conceptos. La operacionalización de variables del presente estudio se muestra en la Tabla 3:

Tabla 3

Operacionalización de variables

Variable	Definición	Componentes	Indicadores	Unidad de medida	Medida	Instrumento
Calidad de servicio	Proximidad entre el servicio esperado y el servicio percibido mide el grado en que los requisitos deseados por el cliente son percibidos por el tras forjarse una impresión del servicio recibido.	Elementos tangibles Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación Habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. Atención individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores.	Escala 1-7	Escala Escala Escala Escala	SERVQUAL

Capítulo IV. Metodología

La metodología es el conjunto de procedimientos que se utiliza con el objetivo de obtener conocimiento científico. Abarca una serie de procedimientos de recogida de datos, cuya naturaleza condiciona también los métodos de análisis.

En la presente investigación se obtuvo conocimiento sobre la brecha existente entre la percepción de servicio y expectativa de servicio para los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo para generar un diagnóstico. Para lo cual se emplearon métodos como: observación, la experimentación, la encuesta, la documentación el análisis estadístico.

En este capítulo se presenta la metodología que se utilizó en la investigación, según se detalla a continuación:

4.1. Método, y alcance de la investigación

4.1.1. Método general.

El método general empleado en el estudio fue el método científico, el cual se considera como un “conjunto de procedimiento racionales y sistemáticos encaminados a hallar solución a un problema y, finalmente, verificar o demostrar la verdad de un conocimiento” (Niño, 2011, p. 25), así mismo este método se vale de instrumentos o técnicas para desarrollar el problema de investigación (Bernal, 2010).

4.1.2. Métodos específicos.

Como método específico la investigación utilizó el método tradicional, según Bernal (2010), la medición de los caracteres de los fenómenos sociales es el fundamento de este método, este supone que se deriva de un marco teórico el cual es pertinente al problema que se analiza, diferentes postulados que expresen relaciones entre las variantes de manera deductiva. Aquí se generalizan los resultados toda vez que se pretende pasar de un caso práctico hacia un contexto de la realidad.

4.2. Configuración de la investigación

4.2.1. Enfoque de la investigación.

El enfoque utilizado en el informe fue cuantitativo, tiene como medio principal a la medición y calculo, según Niño (2011), se ha aplicado “con éxito en investigaciones de tipo experimental, descriptiva, explicativo y exploratorio, aunque no exclusivamente” (p. 19). Como algunas de las características de dicho enfoque, Niño (2011) menciona las siguientes: (a) establece variables, (b) la mayoría de las veces busca prevalecer hipótesis, (c) se vale predominantemente del método deductivo, (d) exige la confiabilidad y validez en la medición, (e) suele contemplar hipótesis, (f) entre otras.

4.2.2. Tipo de investigación.

El informe fue de tipo aplicada el cual tiene como finalidad solucionar o proponer desarrollar soluciones actuales limitadas al contexto a problemas reales actuales, estos son descritos en un cierto contexto (González, 2004).

4.2.3. Diseño de la investigación.

El diseño de investigación fue no experimental de tipo transaccional, para Hernández et al. (2010) estas investigaciones “recolectan datos en un solo momento, es un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dato” (p. 231).

4.3. Población y muestra

4.3.1. Población de la investigación.

La población se determinó tomando en consideración que la población es el “Conjunto de elementos u objetos que poseen la información buscada por el investigador, y acerca del cual se harán inferencias.” (Malhotra, 2008, p. 236). Dicha población se conformó por los colaboradores de un centro educativo de la ciudad de Huancayo.

4.3.2. Muestra de la investigación.

4.3.2.1. Unidad de análisis.

Por medio de una delimitación se estableció que la unidad de análisis de la investigación lo conformaría una institución educativa privada del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo.

4.3.2.2. Tamaño de la muestra.

Por ser una investigación descriptiva sin hipótesis, y tener una población pequeña, no se determinó una muestra representativa, por ende, se trabajó bajo un censo, conformado por un total de 14 colaboradores.

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta.

El instrumento se denominó cuestionario SERVQUAL, el cual tiene por finalidad recoger las expectativas y percepciones de la clientela en base a la calidad de servicio, mediante un determinado número de preguntas.

El cuestionario está conformado por 22 preguntas para expectativa de servicio y 22 para percepción, es medido bajo una escala de tipo Likert de rango 1 al 7, donde 1 significa en desacuerdo totalmente y 7 totalmente de acuerdo, así también, el cuestionario permite medir la importancia relativa de las cinco dimensiones de calidad de servicio, tomando como referencia un total de 100 puntos, los cuales en el momento de calificación son distribuidos entre las diversas dimensiones. (Camisón et al., 2006). El instrumento SERVQUAL se muestra en el Apéndice B.

4.5. Proceso de recolección de datos

Los pasos para recolectar los datos de la investigación fueron dados de la siguiente forma, en primer lugar su aplicación tuvo como inicio y fin el año 2018, para lo cual se realizaron las gestiones administrativas necesarias para que la institución educativa acceda a

dar la autorización, una vez obtenido la aceptación se desarrolló una reunión privada con el promotor, quien manifestó los problemas que se venían dando en la institución, posteriormente se aplicó el cuestionario de evaluación en los interiores de las instalaciones del centro educativo; como parte del proceso de aplicación del instrumento, los colaboradores firman el consentimiento informado en el que dan la aceptación de participar voluntariamente en la investigación el cual busca obtener información solo con fines académicos. El consentimiento informado se muestra en el Apéndice C.

En segundo lugar, una vez recolectado los datos, estos son ingresados a una hoja de cálculo para posteriormente ser tabulados, analizados e interpretados.

4.6. Descripción del análisis de datos

El análisis de datos fue iniciado, verificando la confiabilidad y validez del instrumento, para lo cual en primer lugar se utilizó uno de los procedimientos más utilizados para determinar confiabilidad, denominado medida de consistencia interna que contempla al coeficiente de alfa de Cronbach (Hernández et al., 2010). Malhotra (2008) señala que el “coeficiente varía entre 0 y 1, y un valor igual o menor a 0.6 por lo general indica una confiabilidad no satisfactoria de consistencia interna” (p. 285). Los resultados de los coeficientes de alfa de Cronbach de expectativa y percepción de servicios se muestran en la Tabla 4 y

Tabla 5 respectivamente, en ambos los coeficientes superan el valor de .7 por lo tanto es posible indicar que la confiabilidad es satisfactoria.

Tabla 4

Alfa de Cronbach_ Expectativa de servicio

Expectativa de servicio	Alfa de Cronbach	Número de elementos
Elementos tangibles	.762	4
Fiabilidad	.893	5
Capacidad de respuesta	.818	4
Seguridad	.856	4

Empatía	.952	5
---------	------	---

Tabla 5

Alfa de Cronbach_ Percepción de servicio

Percepción de servicio	Alfa de Cronbach	Número de elementos
Elementos tangibles	.832	4
Fiabilidad	.897	5
Capacidad de respuesta	.894	4
Seguridad	.943	4
Empatía	.956	5

En segundo lugar, se determinó la validez del instrumento, por medio de un análisis factorial, que contempla la matriz de correlación, que se muestra en el Apéndice D. Adicionalmente y con la finalidad de conocer un poco más el comportamiento de los datos se realizó el análisis de cajas y bigotes, el cual se muestra en el Apéndice E.

Por último, al ser una investigación que no considera hipótesis, se realiza un análisis netamente descriptivo, en la cual solo se interpretan medias y desviación estándar, para identificar las brechas de calidad de servicio por cada dimensión.

Capítulo V. Resultados y Discusión

5.1. Descripción del trabajo de campo

El inicio de la investigación se dio como primera etapa la delimitación de la unidad de análisis, de la que posteriormente se determinó la población, no se consideró muestra a consecuencia de ser una investigación descriptiva sin hipótesis con un limitado número de participantes por lo cual se opta por un censo, una vez fijado ese primer punto, se procedió a realizar la aplicación del instrumento, previo coordinaciones con la institución educativa.

Como parte de la segunda etapa, los datos obtenidos de la aplicación del instrumento son tabulados e ingresados y un programa de cálculo y a uno estadístico, lo cual permitió determinar la confiabilidad, validez y por último presentar los resultados que se buscan.

5.2. Presentación de resultados

La aplicación del instrumento permitió también identificar un perfil de los que fueron participes de la investigación, en relación con el (a) género, (b) edad, (c) área de trabajo, (d) tiempo de servicio, y (e) grado académico. En función al género, el género femenino predomina representando un 71.4%; en la edad, predomina aquellos que oscilan entre 35 a 39 años representando un 35.7%; de la cantidad de encuestados los docentes representaron un 78.6% y administrativos solo un 21.4%; el mayor tiempo de servicio que llevan laborando en la institución es de 5 a 6 años el cual representa el 35.7%; por último, el grado académico que sobresale entre los encuestados es el grado de bachiller el cual está representado por un 71%.

Los datos completos se muestran en la Tabla 6.

Tabla 6

Perfil de informantes

		f°	%
Género	Masculino	4	28.6
	Femenino	10	71.4
	Total	14	100.0
Edad	De 20 a 24 años	1	7.1
	De 25 a 29 años	4	28.6
	De 30 a 34 años	3	21.4
	De 35 a 39 años	5	35.7
	De 40 a 44 años	1	7.1
	Total	14	100
Área de trabajo	Docente	11	78.6
	Administrativo	3	21.4
	Total	14	100
Tiempo de servicio	menos a 1 año	2	14.3
	de 1 a 2 años	1	7.1
	de 3 a 4 años	4	28.6
	de 5 a 6 años	5	35.7
	de 7 a 8 años	2	14
	Total	14	100
Grado académico	Técnico	2	14.3
	Bachiller	10	71
	Magister	2	14.3
	Total	14	100

5.2.1. Expectativa de servicio sin ponderación.

La naturaleza del instrumento permite obtener datos sin ponderación, es decir datos en bruto por cada dimensión y en la que no se considera la importancia relativa para su resultado.

Para expectativa de servicio sin ponderación, la Tabla 7 permite identificar que la dimensión elementos tangibles y seguridad, son las que mayor grado de expectativa tienen en

relación con las otras dimensiones. La cual también se ve reflejado en la Figura 5, pese a que la diferencia es mínima, hay una que predomina entre las cinco dimensiones.

Tabla 7

Medias y desviación estándar para expectativa de servicio sin ponderación

Expectativa de servicio	Estadístico	
	Media	Desv. est.
Elementos tangibles	5.96	.819
Fiabilidad	5.89	.985
Capacidad de respuesta	5.80	1.047
Seguridad	5.96	1.100
Empatía	5.60	1.523

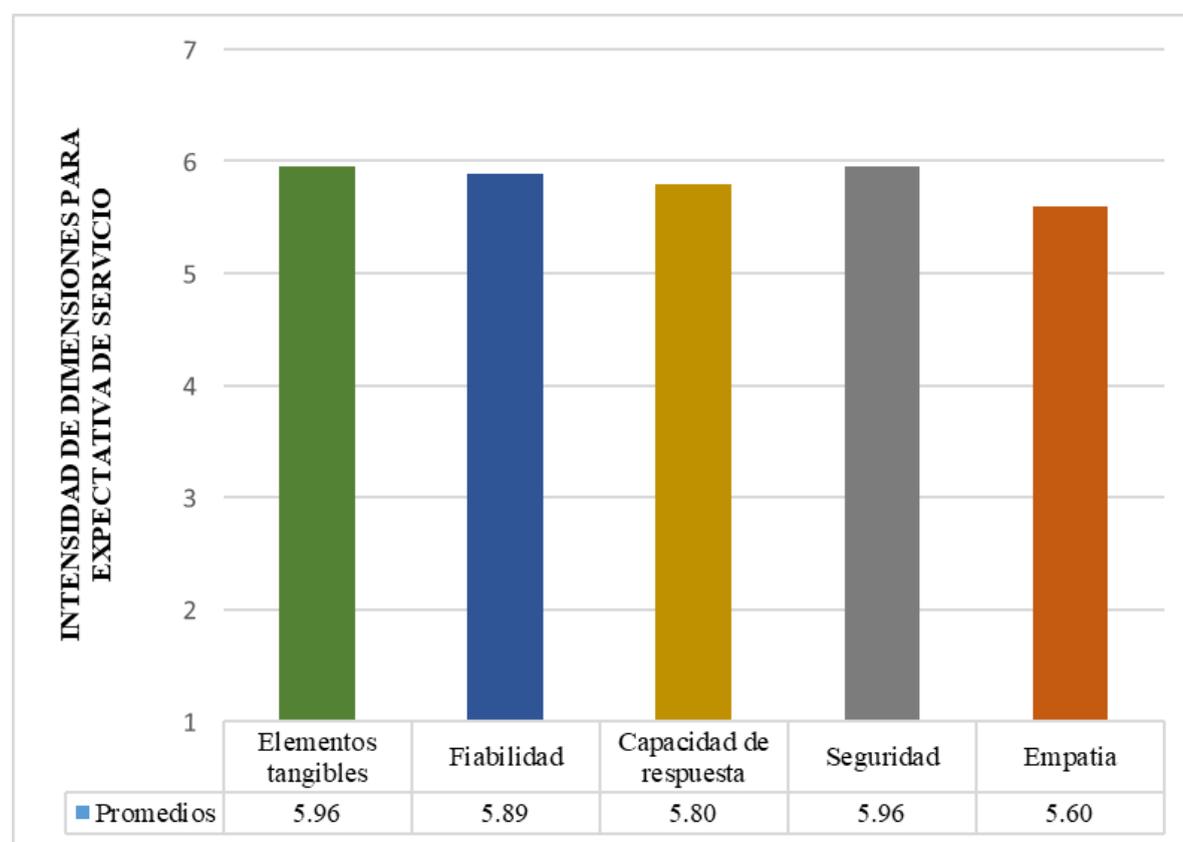


Figura 5. Comparación de medias de las dimensiones de expectativa de servicio sin ponderación

5.2.2. Percepción de servicio sin ponderación.

En la percepción de servicio sin ponderación, la dimensión que predomina es empatía, seguido por fiabilidad, estos se pueden apreciar mediante sus medias estadísticas en la Tabla 8 y de forma gráfica en la Figura 6.

Tabla 8

Medias y desviación estándar para percepción de servicio sin ponderación

Percepción de servicio	Estadístico	
	Media	Desv. est.
Elementos tangibles	5.27	1.170
Fiabilidad	5.36	1.142
Capacidad de respuesta	5.32	1.360
Seguridad	5.30	1.635
Empatía	5.41	1.522

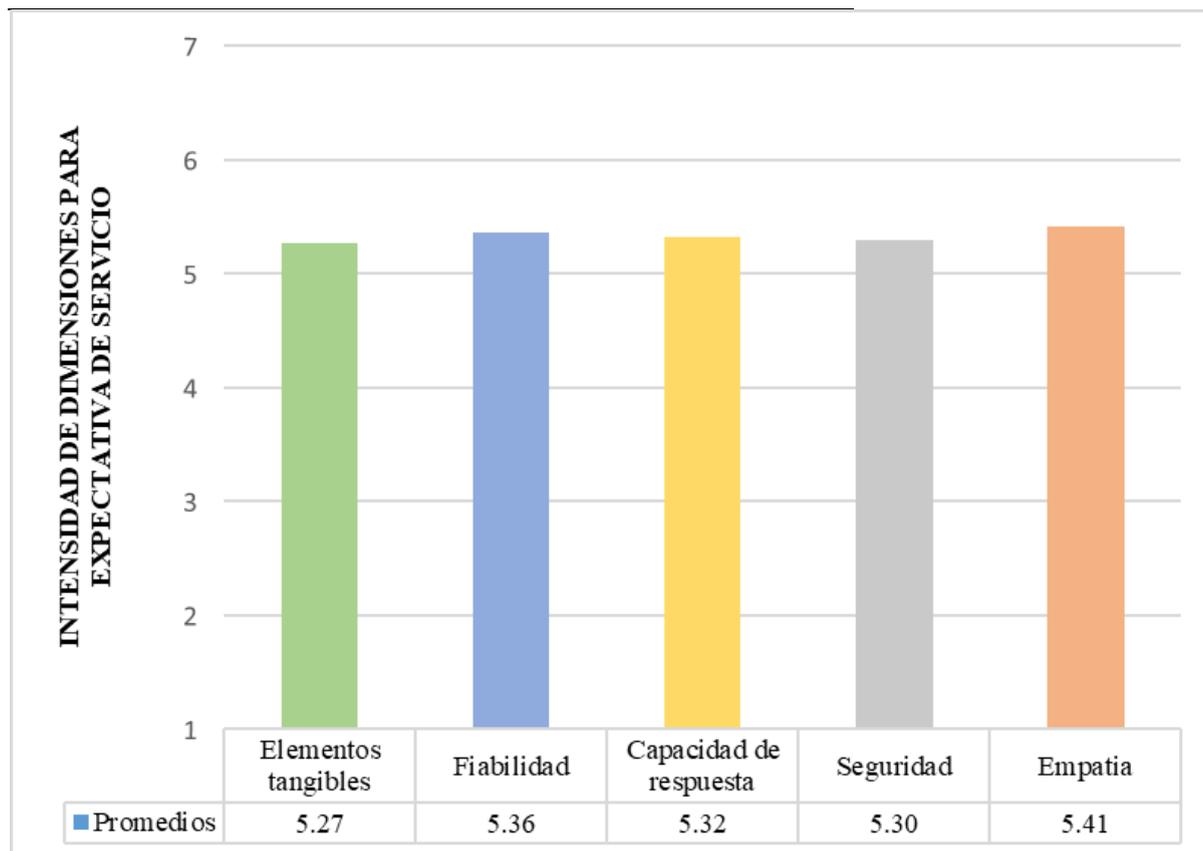


Figura 6. Comparación de medias de las dimensiones de percepción de servicio sin ponderación.

En la Figura 7 se puede visualizar una comparación entre percepción de servicio y expectativa de servicio sin ponderación, en sus cinco dimensiones las expectativas superan a las percepciones por lo que es posible considerarlas con brechas negativa.

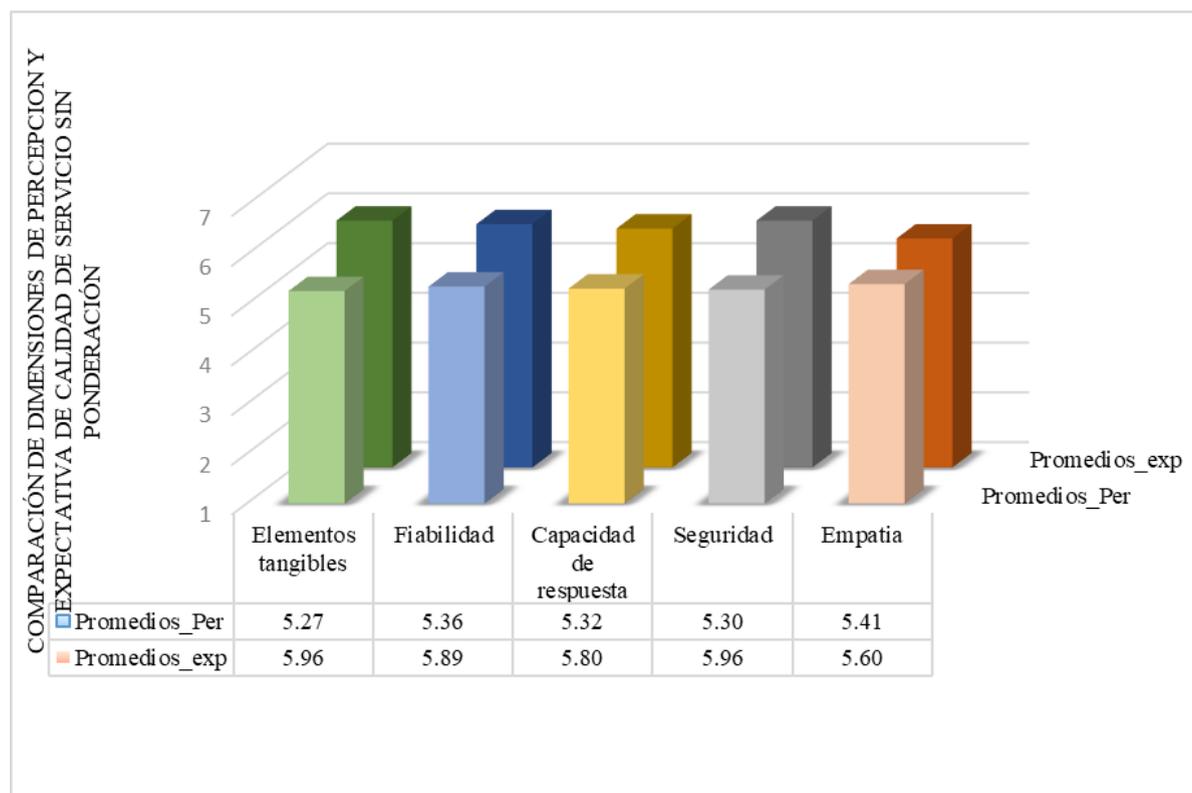


Figura 7. Comparación de medias de expectativa y percepción de servicio por cada dimensión, sin ponderación.

5.2.3. Importancia relativa por criterio.

Tabla 9

Medias y desviación estándar de la importancia de cada dimensión de calidad de servicio

Importancia relativa	Estadístico	
	Media	Desv. est.
Elementos tangibles	19.36	4.971
Fiabilidad	16.86	3.183
Capacidad de respuesta	20.43	4.183
Seguridad	23.79	6.507
Empatía	19.57	4.502

En la importancia relativa por criterio, los participantes asignaron valores del 0 al 100 en función a sus preferencias y valoraciones, la dimensión que tiene una importancia superior para los participantes fue la dimensión de seguridad, y como segunda opción la dimensión de capacidad de respuesta. Los resultados completos se muestran en la Tabla 9.

Para visualizar mejor la distribución de la importancia que les asignan los participantes a las dimensiones de calidad de servicio se muestra en la Figura 8 un gráfico circular.

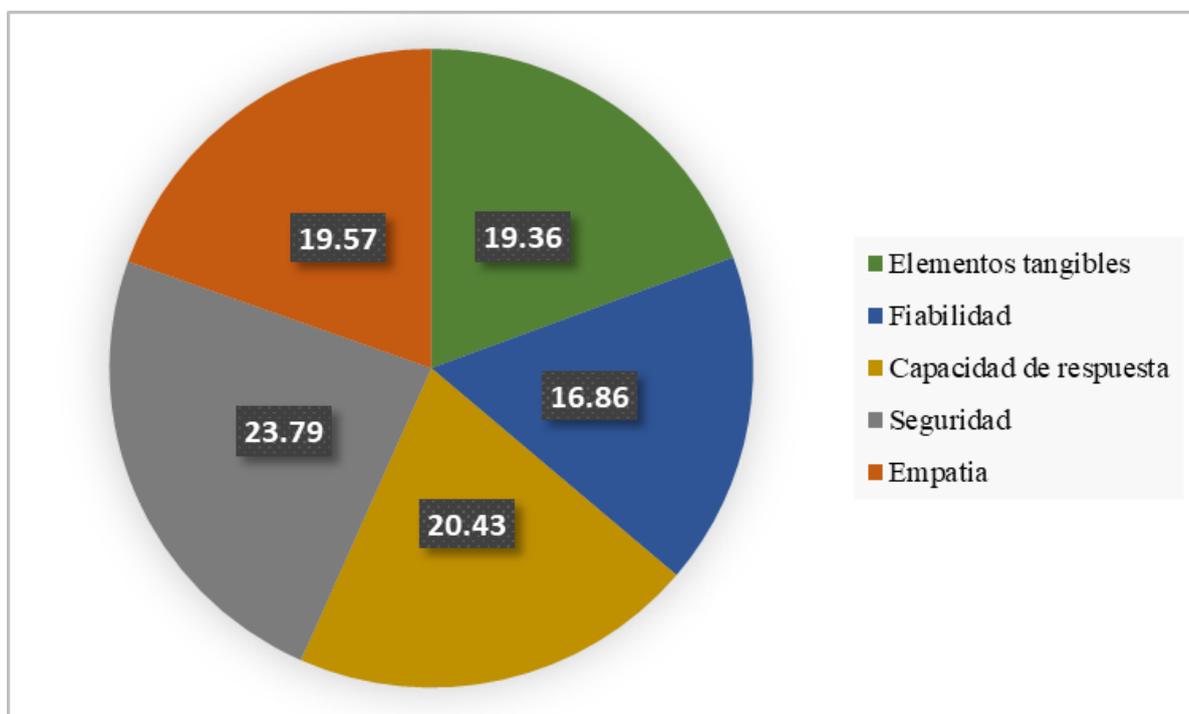


Figura 8. Importancia relativa a una escala de 100 puntos.

5.2.4. Expectativa de servicio ponderado.

Los datos ponderados que se obtienen del instrumento involucran la importancia relativa por criterio. En la *Tabla 10* se puede identificar que, para la expectativa de servicio, es la dimensión de seguridad la que predomina para los participantes de la investigación, seguido por la dimensión capacidad de respuesta.

Estos resultados también se ven reflejados en la Figura 9.

Tabla 10

Medias y desviación estándar de expectativa de servicio ponderado por cada dimensión

Expectativa de servicio ponderado	Estadístico	
	Media	Desv. est.
Elementos tangibles	1.16	.320
Fiabilidad	1.00	.279
Capacidad de respuesta	1.22	.427
Seguridad	1.37	.262
Empatía	1.09	.396

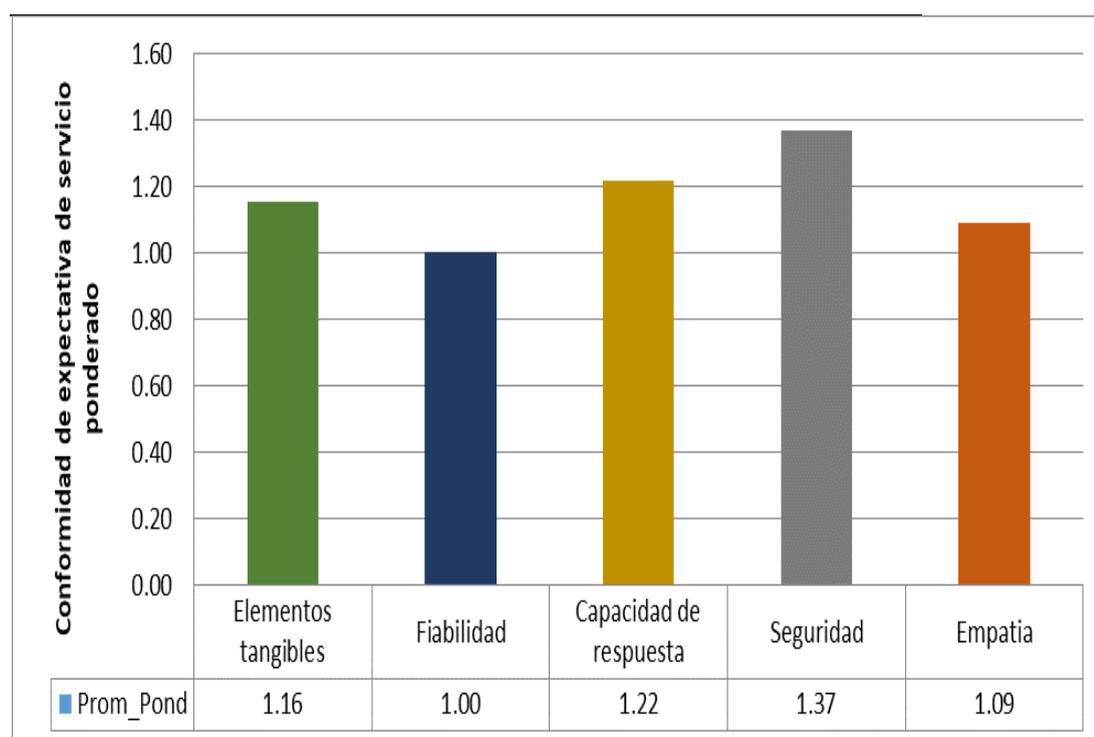


Figura 9. Comparación de medias de expectativa de servicio ponderado.

5.2.5. Percepción de servicio ponderado.

Los resultados ponderados para percepción de servicio que se muestran en la *Tabla 11* señalan que la dimensión de seguridad es también la que predomina para los participantes de la investigación, seguido por la dimensión capacidad de respuesta.

Tabla 11

Medias y desviación típica de percepción de servicio ponderado por cada dimensión

Percepción de servicio ponderado	Estadístico	
	Media	Desv. est.
Elementos tangibles	1.01	.291
Fiabilidad	.92	.303
Capacidad de respuesta	1.12	.431
Seguridad	1.21	.352
Empatía	1.07	.412

Estos resultados se ven reflejados en la Figura 10.

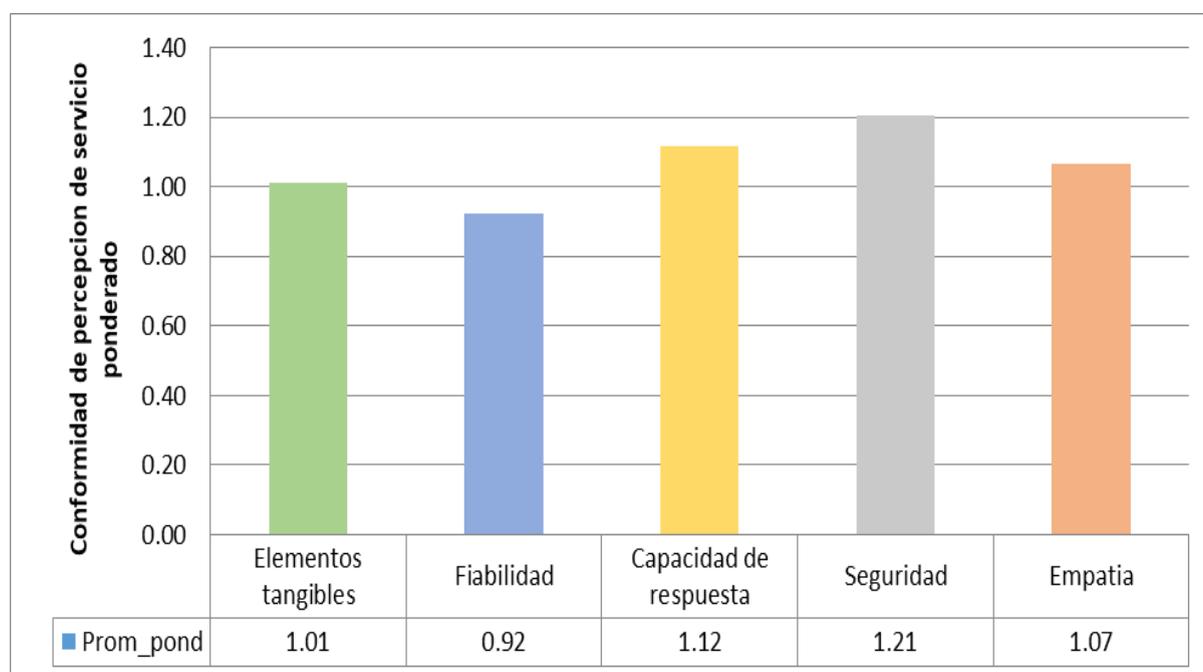


Figura 10. Distribución de medias de percepción de servicio ponderado.

5.2.6. Calidad de servicio: Brecha.

La brecha de calidad de servicio es el resultado de las diferencias entre las percepciones y las expectativas de servicio, en vista de que las percepciones tienen un promedio ponderado de 5.32 y las expectativas 5.84, el resultado es de -.52, este es negativo puesto que las percepciones no superan a las expectativas.

La brecha se muestra en la Tabla 12 y de forma gráfica en la Figura 11.

Tabla 12

Medias y desviación estándar para brecha

Percepción de calidad de servicio	Estadístico	
	Media	Desv. est.
Brecha	-.52	.888

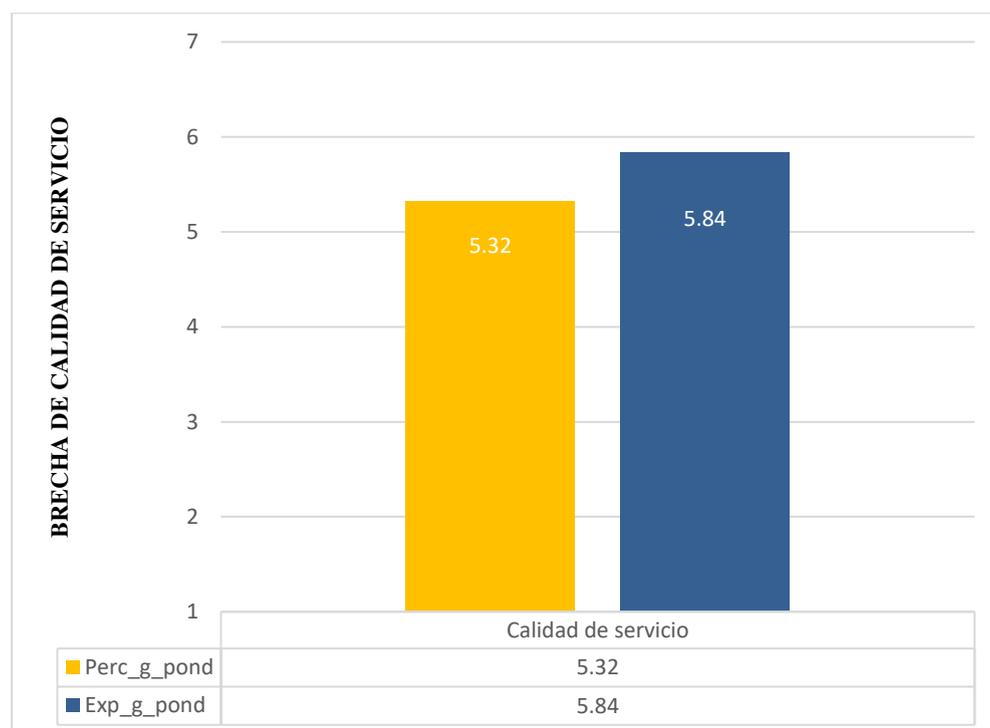


Figura 11. Brecha de calidad de servicio

5.2.7. Brechas por cada dimensión de calidad de servicio.

Las brechas como ya se ha mencionado son el resultado de la diferencia entre las percepciones y expectativas de servicio, por lo que en la *Tabla 13* se puede apreciar que para la dimensión elementos tangibles la brecha -.15, para fiabilidad es de -.08, en capacidad de respuesta es de -.10, en seguridad es de -.16 y en empatía -.02, en las cinco dimensiones la brecha es negativa debido a que las percepciones todavía no han superado a las expectativas, sin embargo en las dimensiones de fiabilidad y empatía la diferencia es menor, estos resultados se pueden apreciar de mejor forma en la

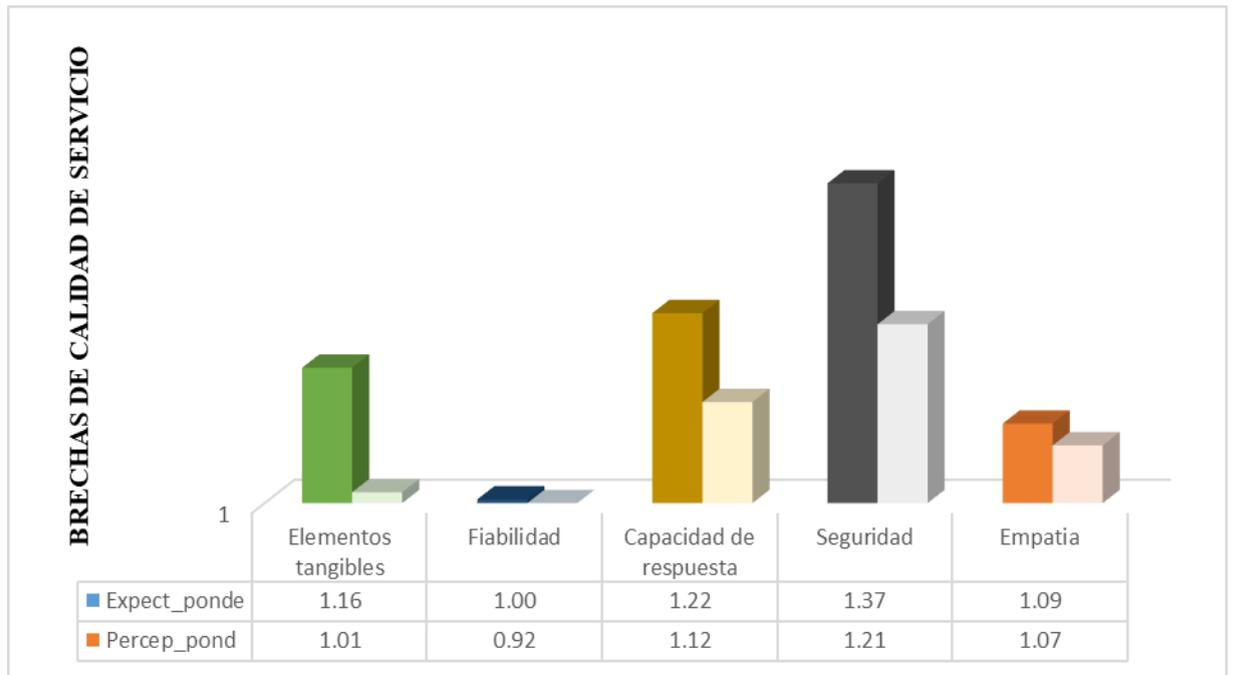


Figura 12.

Tabla 13

Brechas de las dimensiones de calidad de servicio

	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatia
Brechas	-.15	-.08	-.10	-.16	-.02

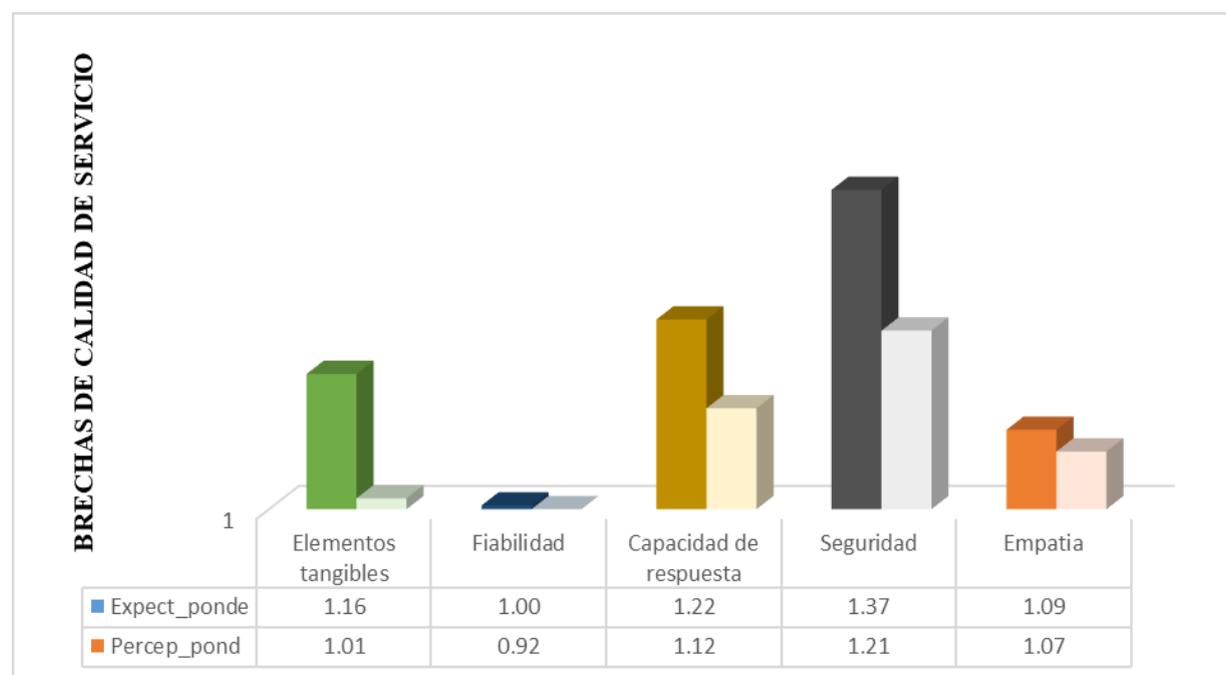


Figura 12. Brechas de calidad de servicio.

5.3. Discusión de resultados

La calidad de servicio se compone de dos aspectos importantes que toda organización debe de tomar cuenta: las expectativas y la percepción del servicio brindado. Estos dos aspectos son fundamentales para explicar las conductas que se desean del consumidor (Zeithaml et al., 1993). El trabajo se enfocó en determinar las brechas entre estos dos aspectos, los cuales al momento de su evaluación dependieron de tres componentes: la respuesta cognitiva, la respuesta emocional y la respuesta comportamental (Mora, 2011). De las respuestas brindadas se encontró que existe una brecha negativa entre las expectativas y la percepción del servicio, esto quiere decir que los usuarios encuestados esperan recibir un mejor servicio del que verdaderamente reciben. Lo mencionado, es similar a la investigación de Valera (2012), al encontrar que la percepción de la calidad de servicio educativo en una institución educativa de Lima, se encontró en un nivel medio; por otro lado, la comunidad educativa de dicha institución mencionó que a pesar del adecuado servicio, esperan que a futuro mejore y cumpla con las expectativas estudiantiles, de exigencia y de calidad en las áreas pedagógicas, administrativas, comunitarias e institucionales. En la investigación de Arellano (2014), sobre calidad de servicio analizado en México, encontró que la valoración de las percepciones es inferior a las expectativas, y por tanto existe insatisfacción por parte de los usuarios.

De similar manera, se encontró que las brechas entre las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía fueron negativas entre las percepciones y expectativas. En otras palabras, los encuestados esperaban que el servicio brindado por la institución educativa fuese mejor en infraestructura (equipos modernos, instalaciones), en trato del personal de servicio, en confianza de un buen nivel educativo, entre otros aspectos. De las cinco dimensiones analizadas, se encontró que la seguridad y la capacidad de respuesta tuvieron una mayor importancia para los encuestados. Esto quiere decir, que para los usuarios;

elementos como el interés de la institución para resolver problemas, que cumplan con lo prometido, que entiendan las necesidades de los clientes, que la institución educativa brinde seguridad, y que la institución sea precisa en sus actividades; representan aspectos de mayor importancia sobre lo demás con respecto a la calidad de servicio brindada. Este resultado va acorde con el trabajo de Arellano (2014), cuyo análisis para cada dimensión de la calidad de servicio, resultó con una brecha negativa notoria entre los promedios para seguridad, fiabilidad y capacidad de respuesta, con respecto a tangibilidad y empatía, las brechas también fueron negativas, pero no significativas. Con respecto a ello, Druker (1990) indica que la capacidad de respuesta en una institución es la capacidad de brindar apoyo a los usuarios, y de manera especial, Castillo (2015), sostiene que en las instituciones educativas es un aspecto de mucha importancia, debido a que los usuarios esperan resolver sus problemas (que afectan su educación) de manera rápida y eficaz. Por el lado de la seguridad, Parasuraman et. al (1993), indican que es el sentimiento que tiene el usuario al colocar sus problemas y que estos sean resueltos por la institución de la mejor manera. En el caso de las instituciones educativas, los problemas son referentes a la calidad de educación que se brinda a la población (Arias G. , 2018), por lo cual, se espera que los alumnos al finalizar sus estudios cumplan con los requisitos educativos necesarios para seguir estudios complementarios, superiores u otros, además de ser competentes a nivel profesional (Vexler, 2018). Sin quitar o minimizar importancia a las dimensiones de fiabilidad, empatía y tangibilidad, los encuestados consideraron que son importantes; sin embargo, sin tener mucha relevancia en la institución educativa. Esto en palabras de Valera (2012), es totalmente cierto, ya que lo que se busca de una escuela es principalmente que tenga buena calidad educativa exigente y con valores (lo que se refleja en las dimensiones de seguridad y capacidad de respuesta), y en segundo plano se observan aspectos como las condiciones de infraestructura o la empatía de los trabajadores (Alva K. L., 2019).

La teoría sobre la calidad de servicio, sostiene la existencia de 5 brechas, discrepancias o deficiencias (Sánchez & Sánchez, 2016), de estos 5, cuatro de ellas se dan internamente y son la causa para que se origine la quinta deficiencia, que viene hacer la externa y la que es la percepción del usuario (Camisón et al., 2006); en tal sentido, la quinta brecha, sobre la expectativa y percepción, fue analizada en el trabajo, comprobando que en la institución educativa analizada, esta brecha fue notoria en la dimensión de seguridad, capacidad de respuesta elementos tangibles, empatía y fiabilidad.

Conclusiones

1. Los servicios educativos se caracterizan por diferentes aspectos, y los usuarios (estudiantes, padres de familia, docentes, comunidad) los evalúan según su percepción y tomando en cuenta su respuesta cognitiva, emocional y comportamental; estos mismos factores son tomados en cuenta para afrontar las expectativas de los usuarios. La calidad de servicio (en percepción y expectativas) se midió a través del modelo SERVQUAL, del cual se verificó estar en función de 5 dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, tangibilidad (elementos tangibles) y empatía. La percepción se refiere al sentimiento actual que tiene los usuarios sobre un servicio recibido, mientras que las expectativas, se refiere a lo que aun futuro se desea recibir del servicio. Sobre estos dos conceptos, la investigación encontró que la media de las percepciones fue de 5.32 y de las expectativas fue 5.84; es decir, hubo la existencia de una brecha negativa de -0.52; concluyendo que las percepciones de los colaboradores de la institución educativa de la ciudad de Huancayo analizada son menores que sus expectativas. En otras palabras, los colaboradores de la institución educativa esperaban más de la calidad de servicio de su centro de labores en relación con la calidad de servicio que se brinda en el centro educativo.

2. Sobre las dimensiones de la calidad de servicio, se evaluó la importancia relativa de cada dimensión con valores del 1 al 100, de los cuales los mayores valores fueron para seguridad (23.79) y capacidad de respuesta (20.43), seguidos de empatía (19.57), elementos tangibles (19.36) y fiabilidad (16.86); entre los valores de las dimensiones no existió un gran rango de diferencia. De lo cual se concluye que, los colaboradores de la institución educativa de la ciudad de Huancayo valoran más los aspectos relacionados en la solución de problemas por parte de la institución, así como de la seguridad del nivel educativo que se viene brindando. Además, y en referencia a las brechas entre la percepción y expectativas de las dimensiones, la dimensión que obtuvo un mayor rango numérico fue seguridad (-0.16), seguido de elementos

tangibles (-0.15), capacidad de respuesta (-0.10), fiabilidad (-0.08) y empatía (-0.02); de esto se concluye que los colaboradores encuestados se sienten más insatisfechos con la seguridad de calidad de servicio educativo brindado; además de que los aspectos de infraestructura y de equipamiento no cumplen con lo deseado y finalmente creen que la institución educativa debe mejorar su predisposición a resolver los problemas de la comunidad educativa.

3. La capacidad de respuesta, con respecto al servicio es encontrarse disponible para brindar apoyo a los usuarios de forma rápida. Según lo encontrado, el promedio de percepción de esta dimensión fue de 1.22, mientras que el promedio de las expectativas fue de 1.12; obteniendo una brecha -0.10. Concluyendo que los colaboradores de la institución educativa de la ciudad de Huancayo esperaban más de la disposición y voluntad del personal de la institución para ayudar al estudiante y proporcionar el servicio dentro de su centro de labores en relación con lo que actualmente se viene ofreciendo en la institución.

4. La seguridad de la calidad de servicio es el conocimiento con el que cuenta los trabajadores, para que al momento de atender al usuario este sienta confianza en el personal, sobre esta dimensión, el promedio de la percepción y expectativas fue de 1.21 y 1.37, logrando una brecha negativa entre de -0.16 entre ambos conceptos; de esto se concluye que los colaboradores en una institución educativa de la ciudad de Huancayo esperaban más de los conocimientos y atención mostrados por el personal de la institución y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza dentro de su centro de labores en relación a lo que actualmente se viene ofreciendo en la institución.

5. La fiabilidad trata sobre el desempeño del servicio educativo prometido tanto precisa como confiable. De acuerdo con la valoración hecha por los encuestados, se logró un valor de 1.16 y 1.01 para las expectativas y las percepciones, de lo cual se obtuvo una brecha con un valor de -0.08, este fue negativo puesto que las percepciones del servicio no superan a las expectativas del servicio en esta dimensión, de lo anteriormente expuesto se concluye que los

colaboradores de la institución educativa de la ciudad de Huancayo esperaban más de la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa dentro de su centro de labores en relación a lo que actualmente se viene ofreciendo en la institución.

6. Con respecto a la empatía, es la atención personalizada que se brinda a los usuarios. Los valores de percepción y expectativas de esta dimensión fueron de 1.07 y 1.09, de tal manera que se logró identificar que la brecha de la empatía para los colaboradores de la institución educativa de la ciudad de Huancayo fue de -0.02, este es negativo puesto que las percepciones del servicio no superan a las expectativas del servicio en esta dimensión. Por tanto, se concluye que los colaboradores de la institución educativa esperaban más de la atención individualizada que ofrece la institución a los estudiantes dentro de su centro de labores en relación con lo que actualmente se viene ofreciendo en la institución. Sin embargo, al ser que el valor de la brecha fue mínimo, se puede considerar que esta dimensión, a pesar de cumplir con lo deseado por los colaboradores, es la de mejor desempeño dentro de la institución.

7. En cuanto a los elementos tangibles se refieren al equipamiento, las instalaciones y la apariencia que el personal tiene frente al usuario. El valor promedio de la percepción fue de 1.01, mientras que el promedio de las expectativas fue de 1.16, obteniéndose una brecha de -0.15, este resultó ser negativo puesto que las percepciones del servicio no superan a las expectativas del servicio en esta dimensión, de lo anteriormente expuesto se concluye que los colaboradores de la institución educativa esperaban más de la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación dentro de su centro de labores en relación con lo que actualmente se viene ofreciendo en la institución.

Recomendaciones

1. Se recomienda a la dirección de la institución educativa tener en cuenta los resultados de la presente investigación, y proceda a realizar una mejora integral de la calidad de servicio brindada por la IE pudiendo aplicar la cadena de valor de M. Porter para mejorar en todas las funciones y acciones básicas de la IE, esta herramienta permite analizar las fuentes de ventaja competitiva, puesto que analiza las actividades estratégicas más importantes que realiza la IE y sus interacciones. De esta manera, se puede tener información sobre la posición de la empresa en el mercado y la estrategia que esta debe seguir en sus procesos interno y externos con la finalidad de superar las expectativas de los colaboradores de la institución educativa.

2. Se recomienda a la dirección de la institución educativa: mejorar las instalaciones físicas, implementar equipos didácticos para la enseñanza dentro de los salones ya que hubo una investigación donde se concluyó que existía una relación directa entre la infraestructura escolar y rendimiento educativo realizado por 21st Century School Fund en 2010, para que de esta manera superar las expectativas de los colaboradores de la institución educativa.

3. Se recomienda a la dirección de la institución educativa poner énfasis en la fiabilidad del servicio que brinda la institución concentrándose en la capacitación de todo el personal de la IE basada en la capacitación corporativa, teniendo como ventajas de ser holística, sistémica, proactiva y sinérgica para que tengan la habilidad de ofrecer un servicio seguro, confiable, y libres de error. La capacitación debe realizarse entre los clientes internos basados en la herramienta Lluvia de Ideas de A. Faickney para que puedan generar conocimiento sobre brindar un servicio confiable, y de esta manera mejorar las expectativas de la plana docente de nuestra institución.

4. Se recomienda a la dirección de la institución educativa la instalación de infraestructura tecnología que opere de manera eficientemente facilitando el trabajo del personal. Esta propuesta tiene como objetivo principal la instalación de un software que permita

el mejoramiento de la rapidez en el manejo de información importante para el desarrollo de las actividades de los trabajadores de la IE, con la finalidad de mejorar su capacidad de respuesta.

5. Se recomienda a la dirección de la institución educativa mejorar la atención de los estudiantes, es necesario que el personal esté debidamente calificado y capacitado para brindar un servicio educativo de calidad primero debiendo hacer una detección de las necesidades de capacitación para posteriormente elaborar un programa e implementar finalmente evaluar los resultados de la capacitación, todo esto con la finalidad de superar las expectativas de los colaboradores de la institución educativa.

6. Se recomienda a la dirección de la institución educativa tomar en cuenta las opiniones de los clientes internos, con el uso de buzones de sugerencia para comunicación interna puestos en la IE, asimismo, implementar Planes de Incentivo propuesto por Chiavenato basado en la participación de los resultados alcanzados y remuneración por competencia que permiten contar con resultados cuantificados que permiten medir la satisfacción del cliente con la finalidad de superar las expectativas de los colaboradores de la institución educativa.

Referencias

- Albrecht, K. (1992). Inteligencia social: la nueva ciencia del éxito. *Executive excellence*, 40-76.
- Alva, K. (2019). *Percepción de la calidad de servicio en la I.E.E. 254 Olimpia Sánchez Moreno de Huancayo*. Huancayo: Universidad Continental.
- Alva, K. L. (2019). *Percepción de la calidad de servicio en la Institución Educativa 254 Olimpia Sánchez Moreno de la ciudad de Huancayo*. Huancayo: Universidad Continental, Facultad de Ciencias de la Empresa, Escuela Académico Profesional de Administración, Marketing y.
- Arciniegas, J., & Mejías, A. (2016). Percepción de la calidad de los servicios prestados por la Universidad Militar Nueva Granada con base en la escala SERVQUALing, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple. *Comunicación*, 8(1), 26-36. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682017000100003&script=sci_abstract
- Arellano, M. (2014). *Calidad del servicio en los programas académicos en línea según el modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry*. México: Universidad Autónoma de México.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación Introducción a la metodología científica*. Venezuela: Suplidora Van, C.A.
- Arias, G. (2018). *Solo 60 colegios públicos y privados cuentan con certificados de calidad a nivel nacional*. Obtenido de <https://gestion.pe/peru/60-colegios-publicos-privados-cuentan-certificados-calidad-nivel-nacional-nndc-258946>

- Bastidas, B. (2015). *La calidad educativa apoyada en la evaluación del trabajo del docente de educación secundaria en las instituciones educativas de huancayo*. Lima: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.
- Bastidas, E. (2018). *Entrevista sobre la calidad de servicio como promotor de una institución educativa*.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Botero, M., & Peña, P. (2006). Calidad en el servicio: el cliente incógnito. *Suma Psicología*, 217-228.
- Bustamante, M., Tello, M., & Obando, F. (2020). Fundamentos de calidad de servicio, modelo SERVQUAL.
- Camisón, C., Cruz, S., & Gonzalez, T. (2006). *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A. .
- Cantú, A. (S. f.). *SERVQUAL: evolucion de la calidad en el servicio en las áreas de Catastro e Ingresos del H. Ayuntamiento de Cajeme*. Cajeme.
- Capelleras, J., & Gonzáles, T. (1999). Hacia modelos de la calidad de servicio orientados al cliente en las universidades públicas. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 69-92.
- Castillo, G. (2015). *Diagnóstico de la dimensión del modelo SERVQUAL más importante para la satisfacción del usuario externo de la Cooperativa de Crédito y Ahorro Nuestra Señora de Rosario*. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca.
- Diario Correo. (25 de enero de 2014). *Diario Correo*.
- Druker, P. (1990). *El ejecutivo eficaz*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Fernandez, R. (2003). *Planificación y Control de Gestión*. Argentina: Universidad de Quilmes.

- Fernandini, D. (2018). *La comunicación interpersonal y su relación con la calidad del servicio percibido por los pacientes del área de fisioterapia de la clínica ortega*. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Frometa, G., Zayas, A., & Pérez, A. (2008). *La gestión de la calidad en los servicios*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/cccss/0712/vrm.htm>
- Galindo, F., & Vásquez, R. (3013). Validación del SERVQUAL y aporte de una escala cualitativa para medir la calidad de servicio en universidades privadas. *Educare et comunicare*, 31-40.
- García, J., Fernandez, J., & Bernal, A. (2014). La percepción de calidad y fidelidad en clientes de centros de fitness low cost. *Suma Psicología*, 21(2), 123-130.
- Gerencia Pública. (3 de septiembre de 2018). *Ei Posgrado*.
- Gonzales, H. (2014). *Gestión de la calidad de los servicios*. Obtenido de <https://calidadgestion.wordpress.com/2014/04/08/gestion-de-la-calidad-de-los-servicios/>
- González, A. (2004). Investigación básica y aplicada en el campo de las ciencias económico administrativas. *Ciencia Administrativa*, 39-50.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill Interamericana Editores.
- Karl, A. (1992). *Servicio al cliente interno*. México: Edición Pailos.
- Koenes, A. (1996). *Gestión de la calidad por el diseño*. Madrid: Díaz de Santos.
- Loli, E., Carpio, J., Vergara, A., Cuba, E., Morales, S., Flores, M., & Lamas, L. (2013). La satisfacción y la calidad de servicio en organizaciones públicas y privadas de Lima Metropolitana. *Revista IIPSI*, 171-190.

- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Educación.
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *PERSPECTIVAS*, 181-209.
- McCollin, C., Ograjensek, I., & Gob, R. (2011). SERVQUAL and the process improvement challenge. *Quality and Reliability Engineering International*, 705-718.
- MINEDU. (2018). *Tipología y caracterización de las escuelas privadas en el Perú*. Lima: Estudios Breves N° 3-2018.
- Mora, C. E. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 146-162.
- Mora, C. E. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 146-162.
- Niño, V. (2011). *Metodología de la Investigación* (1 ed.). Colombia: Ediciones de la U.
- Oficina de Calidad de los servicios. (2016). *La calidad de los servicios públicos*. Salta.
- Parasuraman, A. P., Zeithmal, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of services quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithami, V. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 41-59.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parodi, C. (6 de 01 de 2014). *Gestión*. Obtenido de Calidad de la educación en el Perú.
- Presidencia del Consejo de Ministros. (2019). *Gestión de calidad de servicios*.

- Redacción Economía. (11 de marzo de 2019). *IPE: ¿De qué depende la calidad educativa en el Perú?*
- Reyes, S., Reyes, P., & Rodríguez, D. (2012). Percepción docente de la calidad del servicio educativo universitario. *Sotavento*, 114-127. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5137552.pdf>
- Rubio Gómez, M., Aguilar Feijoo, R., Massa Sánchez, P., Maldonado, J., & Ramírez Asanza, I. (2005). *Proceso de autoevaluación de los programas de educación a distancia basado en el proyecto*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Salvador, C. (2005). La percepción del cliente de los elementos determinantes de la calidad del servicio universitario. *Papeles del Psicólogo*, 1-9.
- Salvador, C. (2009). Structural equation models for predicting customer expectation, satisfaction and perceived Quality relationship. *Journal of academic research*, 147-152.
- Salvador, Y. (2009). *Impacto De La Satisfacción Y Desempeño Laboral En El Cliente Externo en Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2009a/>
- Sánchez, M., & Sánchez, M. (2016). *Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones*.
- Sanguesa, M., Mateo, R., & Ilzarbe, L. (2006). *Teoría y Practica de la calidad*. Madrid: Thomson.
- Santiñá, M., Prat, A., Martínez, G., Quintó, L., Trilla, A., & Asenjo, M. (2004). Influencia de la edad del paciente en la percepción de la calidad asistencial. *Calidad asistencial*, 238-242.
- Serrano, B., & López, F. (s.f.). Modelo de gestión de la calidad de servicio: Revision y propuesta de integración con la estrategia empresarial. *El comportamiento de la*

- empresa ante entornos dinámicos: XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM*, 1-9. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2480844>
- Simancas, R. (2012). Cliente interno y calidad de servicio en las organizaciones productivas. *Dictamen Libre*, 10(11), 81-89. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6578950.pdf>
- SINEACE. (30 de septiembre de 2019). *SINEACE*.
- Sociedad LR. (3 de Diciembre de 2019). *Prueba Pisa: Perú se ubica en el puesto 64 y sube puntaje en lectura, matemática y ciencia*.
- Torres, C., & Vásquez, A. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Ensayo Compendium*, 57-76.
- Torres, J., & Luna, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. 62(2017), 1270 – 1293. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104217300694>
- Traba, L., Barletta, M., & Velázquez, J. (2010). *Teoría y práctica de las organizaciones*. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.
- Tumino, M., & Poitevin, E. (2014). Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes: caso de estudio. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 63-84.
- Valencia, E. (2015). *Aplicación del modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos en la empresa SYRY*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana .

- Valera, G. (2012). *Percepción de la comunidad sobre la calidad del servicio de una institución educativa de Ventanilla - Callao*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/123456789/1337/1/2012_Valera_Percep%C3%B3n%20de%20la%20comunidad%20sobre%20la%20calidad%20del%20servicio%20de%20una%20instituci%C3%B3n%20educativa%20de%20Ventanilla%20-%20Callao.pdf
- Valera, J. L. (2012). *Percepción de la comunidad sobre la calidad del servicio de una institución educativa de Ventanilla - Callao*. Lima: Univesidad San Ignacio de Loyola, Facultad de Educación.
- Veli, D. (2019). *Calidad de servicio académico en la Institución educativa San Juan Bosco u el CMI durante el 2017*. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Vexler, I. (2018). *Informe sobre la educación peruana situación y perspectivas*. Lima: Ministerio de Educación.
- Vexler, I. (s. f.). *Informe sobre la Educación Peruana Situación y perspectivas*. Lima: Ministerio de Educación.
- Zaragoza, J. (2017). *La educación privada*. Obtenido de <https://educacionalfuturo.com/noticias/la-educacion-privada/>
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. España: Ediciones Diaz de Santos, S.A. de C.V.

Apéndice A

Matriz de Operacionalización

Variables	Definición	Componentes	Indicadores	Unidad de Medida	Medida	Instrumento
Calidad de servicio	Proximidad entre el servicio esperado y el servicio percibido ... mide el grado en que los requisitos deseados por el cliente son percibidos por el tras forjarse una impresión del servicio recibido.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementos tangibles ▪ Fiabilidad ▪ Capacidad de respuesta ▪ Seguridad ▪ Empatía 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. ▪ Habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. ▪ Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. ▪ Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. ▪ Atención individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores. 	Escala 1-7 100 puntos	Escala Escala Escala	SERVQUAL

Apéndice B

Instrumento SERVQUAL

Objetivo:

El presente cuestionario tiene como objetivo conocer las percepciones que, como clientes internos, tienen sobre la calidad de servicio brindado en la Institución Educativa. Es anónima y voluntaria; sin embargo, requiere de algunos datos generales con fines estadísticos.

Los resultados servirán para hacer un diagnóstico sobre las características del servicio brindado en la organización.

Importante:

No ponga su nombre ni firme el cuestionario

Basado en su experiencia como cliente interno, se le presenta un cuestionario para conocer su expectativa y su percepción sobre la calidad de servicio brindado en la Institución Educativa.

Al referirnos al servicio de la Institución Educativa, se incluye toda la experiencia en cualquiera de las dimensiones y funciones: ventas, atención al cliente, operaciones, cobranza, seguridad, áreas, ambientes, zona de circulación, experiencia, etc.

Indicaciones

Usted encontrará que el instrumento ha sido dividido en dos segmentos. En el primer segmento, la calificación debe ser anotada utilizando los números entre el 1 y 7, sabiendo que 1 representa una conformidad muy baja y 7 representa una conformidad muy alta. En el segundo segmento, la calificación debe sumar 100 puntos, repartidos según la relevancia que usted asigne.

Lo primero que tendrá que completar es la columna (en gris) denominada "Expectativa". Por favor, indíquenos hasta qué punto piensa que la institución educativa DEBERÍA cumplir con la afirmación planteada. Si cree, que la afirmación leída no debería ser *esencial* para considerar que la institución educativa brinda servicios con calidad, registre el número 1. Si cree, que la afirmación leída debería ser *absolutamente esencial* para considerar que la institución educativa brinda sus servicios con calidad, registre el número 7.

		Expectativa
1	Mi institución educativa, cuenta con equipos de aspectos modernos	
2	Mi institución educativa, tiene instalaciones visualmente agradables.	
3	Mi institución educativa, cuenta con personal de apariencia impecable.	

Terminado de completar las indicaciones anteriores, califique en la columna (en blanco) denominada "Percepción". Por favor, indíquenos hasta qué punto piensa que la institución educativa POSEE o CUMPLE, realmente, con la afirmación planteada. Si está *fuertemente en desacuerdo* con que la institución educativa no posee o no cumple la afirmación leída,

registre el número 1. Si está *fuertemente de acuerdo* con que la institución educativa si posee o cumple la afirmación leída, registre el número 7.

		Expectativa	Percepción
1	Mi institución educativa, cuenta con equipos de aspectos modernos		
2	Mi institución educativa, tiene instalaciones visualmente agradables.		
3	Mi institución educativa, cuenta con personal de apariencia impecable.		

Finalmente, distribuya un total de 100 puntos entre las cinco características (registradas con A, B, C, D y E) *de acuerdo con la importancia* que tiene para usted cada una de ellas. Cuanto más importante sea para usted la característica mencionada, más puntos le asignará. Asegúrese que, en total, sumen 100 puntos.

		Puntaje
A	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación que se utiliza.	
B	Habilidad para realizar el servicio prometido de forma segura y precisa	

Puede iniciar con el cuestionario.

SERVICE QUALITY MODEL
Instrumento de Evaluación de la Calidad de Servicio

Expectativa Percepción

1	Mi institución educativa, cuenta con equipos de aspectos modernos		
2	Mi institución educativa, tiene instalaciones visualmente agradables.		
3	Mi institución educativa, cuenta con personal de apariencia impecable.		
4	Mi institución educativa, cuenta con folletos, afiches, comprobantes, y formularios de diseño agradable.		
5	Mi institución educativa, cumple con lo que promete.		
6	En mi institución educativa, el personal muestra sincero interés en resolver los problemas del cliente.		
7	Mi institución educativa, realiza las cosas bien en la primera oportunidad.		
8	Mi institución educativa, entrega los servicios a los clientes en el momento en que lo prometieron.		
9	Mi institución educativa, insiste en llevar sus registros y documentos libre de errores.		

10	En mi institución educativa, el personal informa con precisión a los clientes de cuando concluirá cada servicio.		
11	En mi institución educativa, el personal siempre brinda una atención puntual a los clientes.		
12	En mi institución educativa, el personal siempre se muestra deseoso de ayudar a los clientes.		
13	En mi institución educativa, el personal siempre tiene tiempo disponible para atender las consultas de los clientes.		
14	En mi institución educativa, el comportamiento del personal infunde confianza en los clientes.		
15	En mi institución educativa, los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la empresa.		
16	En mi institución educativa, el personal es cortés (amable) en la atención a los clientes.		
17	En mi institución educativa, el personal tiene el conocimiento necesario para atender las consultas de los clientes.		
18	Mi institución educativa, brinda a los clientes atención personalizada.		
19	Mi institución educativa, tiene un horario conveniente en sus servicios para atender a todos sus clientes.		
20	Mi institución educativa, cuenta con suficiente personal para brindar una atención personalizada a todos los clientes.		
21	Mi institución educativa, tiene como prioridad los intereses de los clientes.		
22	Mi institución educativa, entiende las necesidades específicas de los clientes cuando les ofrece algún servicio.		

Puntaje

A	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación que se utiliza.	
B	Habilidad para realizar el servicio prometido de forma segura y precisa	
C	Disposición de la institución educativa para ayudar a los clientes a darles un servicio rápido.	
D	Conocimiento y trato amable de los empleados y su habilidad para transmitir un sentimiento de fe y confianza.	
E	Cuidado y atención individualizada que la institución educativa les da a sus clientes	
		Suma = 100

Género: Mas Fem

Edad: _____

Área de trabajo: _____

Tiempo de servicio: _____

Grado Académico: _____

Apéndice C

Consentimiento informado

Mediante es presente, certifico que he sido informado sobre el propósito, procedimientos, beneficios y manejo de confidencialidad de la investigación, y que el tratamiento de los datos serán anónimos, confidenciales y de interés eminentemente académico.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	FIRMA
1	Quispe Buendia, Juana Amparo	49168817	
2	Iparraguirre Rivera Sandra	20028871	
3	Vidak Safor Ruth Gladys	19991964	
4	Poma Gomez Richard	70415110	
5	Barrantes Guadalupe Jhon F	41497172	
6	Calzada Vera Yeny . H.	48650994	
7	Macuado Esobar Fredy	40774613	
8	Palomino Benito Mabel Rosari	42388460	
9	Flores Mateo Lissete Nathalie	47662479	
10	Rivera Aguirre Guisela	41210266	
11	Leyva Yago Melit	41021524	
12	Bonifacio Cermeno Maythee J.	41372675	
13	Yapico Orozco Rotimenda	4408055	
14	CAMPACATORIO CLETO	21278817	
15			

Apéndice D

Matriz de correlación expectativa

	ET1_E	ET2_E	ET3_E	ET4_E	F5_E	F6_E	F7_E	F8_E	F9_E	CR10_E	CR11_E	CR12_E	CR13_E	S14_E	S15_E	S16_E	S17_E	E18_E	E19_E	E20_E	E21_E	E22_E
ET1_E	1.00	.519	.438	.600	.710	.668	.512	.489	.719	.391	.379	.463	.408	.543	.687	.484	.394	.597	.612	.660	.776	.499
ET2_E	.519	1.00	.648	.508	.496	.528	.702	.629	.486	.643	.551	.325	.642	.494	.364	.564	.742	.744	.667	.817	.767	.827
ET3_E	.438	.648	1.00	.191	.053	.200	.325	.198	.615	.432	.309	.033	.204	.244	.299	.171	.204	.403	.443	.335	.353	.436
ET4_E	.600	.508	.191	1.00	.707	.807	.698	.846	.594	.549	.414	.714	.687	.588	.751	.763	.643	.779	.837	.788	.803	.677
F5_E	.710	.496	.053	.707	1.00	.712	.630	.681	.530	.529	.161	.504	.555	.408	.564	.574	.583	.587	.729	.807	.781	.458
F6_E	.668	.528	.200	.807	.712	1.00	.635	.884	.559	.399	.322	.877	.851	.849	.584	.883	.795	.874	.737	.709	.808	.816
F7_E	.512	.702	.325	.698	.630	.635	1.00	.775	.370	.601	.658	.627	.774	.447	.395	.589	.621	.718	.731	.878	.759	.698
F8_E	.489	.629	.198	.846	.681	.884	.775	1.00	.461	.457	.375	.787	.906	.751	.528	.896	.865	.903	.755	.755	.835	.832
F9_E	.719	.486	.615	.594	.530	.559	.370	.461	1.00	.592	.268	.376	.377	.566	.683	.428	.407	.524	.679	.521	.672	.493
CR10_E	.391	.643	.432	.549	.529	.399	.601	.457	.592	1.00	.563	.278	.501	.193	.643	.196	.405	.568	.835	.718	.529	.516
CR11_E	.379	.551	.309	.414	.161	.322	.658	.375	.268	.563	1.00	.492	.567	.369	.481	.239	.327	.496	.448	.561	.471	.567
CR12_E	.463	.325	.033	.714	.504	.877	.627	.787	.376	.278	.492	1.00	.876	.793	.495	.792	.663	.699	.553	.550	.606	.702
CR13_E	.408	.642	.204	.687	.555	.851	.774	.906	.377	.501	.567	.876	1.00	.772	.449	.825	.865	.848	.664	.711	.721	.879
S14_E	.543	.494	.244	.588	.408	.849	.447	.751	.566	.193	.369	.793	.772	1.00	.406	.836	.783	.768	.469	.477	.744	.823
S15_E	.687	.364	.299	.751	.564	.584	.395	.528	.683	.643	.481	.495	.449	.406	1.00	.370	.297	.627	.764	.535	.591	.422
S16_E	.484	.564	.171	.763	.574	.883	.589	.896	.428	.196	.239	.792	.825	.836	.370	1.00	.905	.776	.531	.646	.780	.840
S17_E	.394	.742	.204	.643	.583	.795	.621	.865	.407	.405	.327	.663	.865	.783	.297	.905	1.00	.792	.562	.720	.787	.912
E18_E	.597	.744	.403	.779	.587	.874	.718	.903	.524	.568	.496	.699	.848	.768	.627	.776	.792	1.00	.830	.756	.840	.896
E19_E	.612	.667	.443	.837	.729	.737	.731	.755	.679	.835	.448	.553	.664	.469	.764	.531	.562	.830	1.00	.828	.757	.665
E20_E	.660	.817	.335	.788	.807	.709	.878	.755	.521	.718	.561	.550	.711	.477	.535	.646	.720	.756	.828	1.00	.880	.758
E21_E	.776	.767	.353	.803	.781	.808	.759	.835	.672	.529	.471	.606	.721	.744	.591	.780	.787	.840	.757	.880	1.00	.808
E22_E	.499	.827	.436	.677	.458	.816	.698	.832	.493	.516	.567	.702	.879	.823	.422	.840	.912	.896	.665	.758	.808	1.00

a. Determinante = .000

b. Esta matriz no es cierta positiva.

Matriz de Correlación Percepción

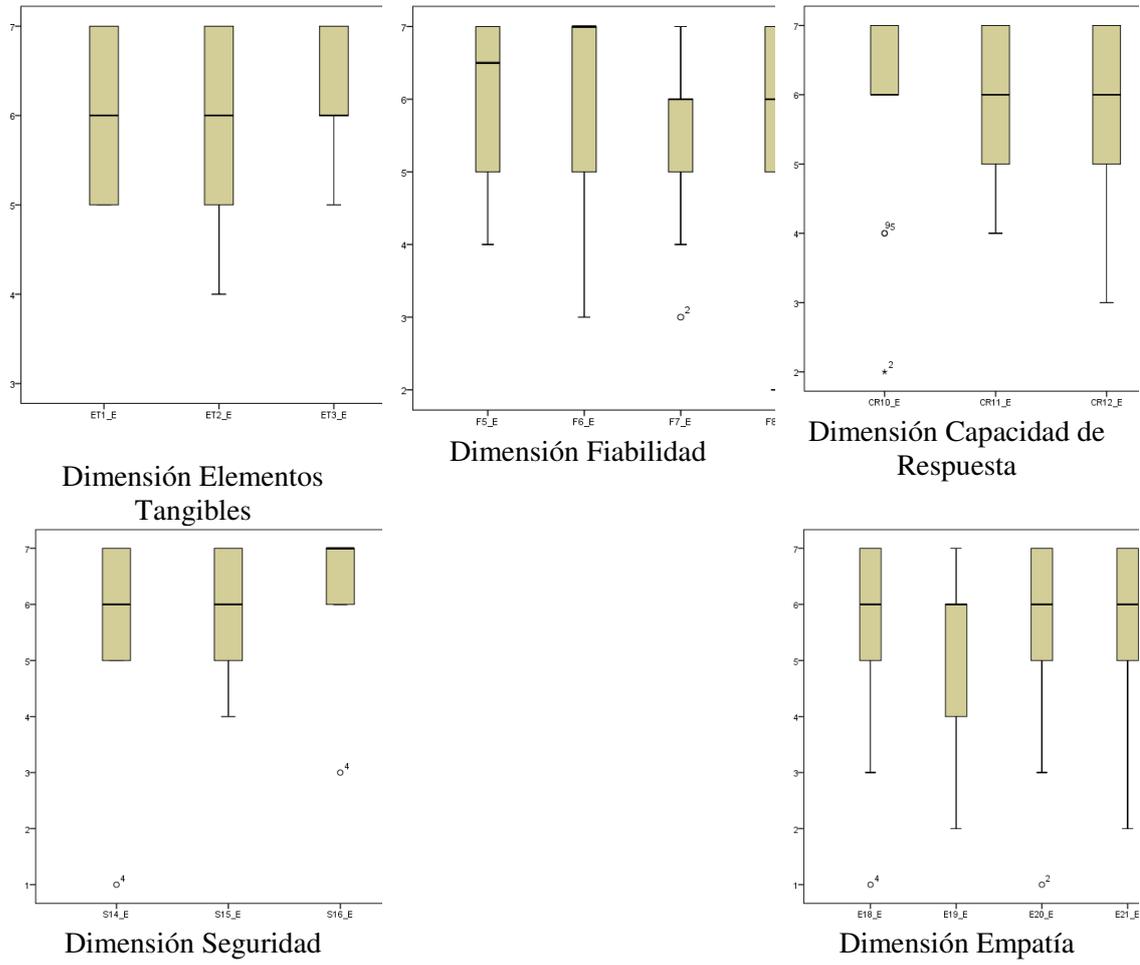
	ET1_P	ET2_P	ET3_P	ET4_P	F5_P	F6_P	F7_P	F8_P	F9_P	CR10_P	CR11_P	CR12_P	CR13_P	S14_P	S15_P	S16_P	S17_P	E18_P	E19_P	E20_P	E21_P	E22_P
ET1_P	1.00	.733	.449	.721	.767	.521	.647	.546	.847	.468	.776	.645	.490	.716	.713	.705	.655	.731	.908	.832	.737	.571
ET2_P	.733	1.00	.518	.558	.885	.636	.356	.335	.682	.539	.602	.761	.636	.801	.699	.698	.804	.735	.802	.725	.707	.751
ET3_P	.449	.518	1.00	.692	.522	.298	.578	.680	.569	.538	.340	.818	.734	.665	.438	.590	.633	.479	.606	.357	.377	.462
ET4_P	.721	.558	.692	1.00	.720	.655	.829	.737	.897	.519	.756	.751	.656	.735	.688	.801	.835	.785	.771	.777	.788	.624
F5_P	.767	.885	.522	.720	1.00	.694	.495	.481	.870	.614	.837	.772	.584	.775	.742	.817	.848	.777	.816	.801	.830	.675
F6_P	.521	.636	.298	.655	.694	1.00	.512	.267	.652	.745	.692	.657	.702	.529	.540	.609	.797	.776	.602	.824	.730	.694
F7_P	.647	.356	.578	.829	.495	.512	1.00	.877	.804	.352	.672	.588	.492	.575	.616	.712	.622	.549	.638	.560	.589	.345
F8_P	.546	.335	.680	.737	.481	.267	.877	1.00	.714	.272	.495	.587	.399	.619	.678	.710	.546	.458	.643	.338	.435	.255
F9_P	.847	.682	.569	.897	.870	.652	.804	.714	1.00	.553	.916	.735	.578	.746	.784	.887	.824	.781	.822	.803	.841	.561
CR10_P	.468	.539	.538	.519	.614	.745	.352	.272	.553	1.00	.563	.771	.804	.465	.438	.563	.628	.651	.594	.593	.462	.513
CR11_P	.776	.602	.340	.756	.837	.692	.672	.495	.916	.563	1.00	.621	.461	.561	.616	.757	.682	.687	.688	.810	.809	.462
CR12_P	.645	.761	.818	.751	.772	.657	.588	.587	.735	.771	.621	1.00	.925	.849	.554	.755	.864	.794	.832	.683	.684	.765
CR13_P	.490	.636	.734	.656	.584	.702	.492	.399	.578	.804	.461	.925	1.00	.709	.394	.593	.812	.749	.680	.632	.573	.760
S14_P	.716	.801	.665	.735	.775	.529	.575	.619	.746	.465	.561	.849	.709	1.00	.707	.863	.886	.872	.874	.649	.831	.867
S15_P	.713	.699	.438	.688	.742	.540	.616	.678	.784	.438	.616	.554	.394	.707	1.00	.851	.690	.734	.740	.554	.645	.497
S16_P	.705	.698	.590	.801	.817	.609	.712	.710	.887	.563	.757	.755	.593	.863	.851	1.00	.849	.837	.786	.620	.838	.652
S17_P	.655	.804	.633	.835	.848	.797	.622	.546	.824	.628	.682	.864	.812	.886	.690	.849	1.00	.898	.810	.800	.880	.866
E18_P	.731	.735	.479	.785	.777	.776	.549	.458	.781	.651	.687	.794	.749	.872	.734	.837	.898	1.00	.830	.806	.904	.906
E19_P	.908	.802	.606	.771	.816	.602	.638	.643	.822	.594	.688	.832	.680	.874	.740	.786	.810	.830	1.00	.821	.761	.730
E20_P	.832	.725	.357	.777	.801	.824	.560	.338	.803	.593	.810	.683	.632	.649	.554	.620	.800	.806	.821	1.00	.837	.728
E21_P	.737	.707	.377	.788	.830	.730	.589	.435	.841	.462	.809	.684	.573	.831	.645	.838	.880	.904	.761	.837	1.00	.836
E22_P	.571	.751	.462	.624	.675	.694	.345	.255	.561	.513	.462	.765	.760	.867	.497	.652	.866	.906	.730	.728	.836	1.00

a. Determinante = .000

b. Esta matriz no es cierta positiva.

Apéndice E

Diagrama de cajas y bigotes expectativa



Apéndice F

Diagrama de cajas y bigotes: Percepción

