



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO
CESANTE EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL
AREQUIPA SUR EN EL AÑO 2023”**

Berenice Albina Quecaño Pinares

Asesor:

Mg. Ángel Evaristo Chávez Contreras

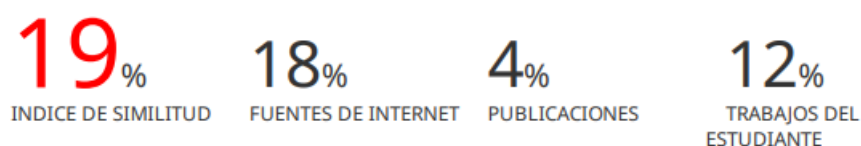
**Para obtener el Título Profesional de:
Licenciada en Administración y Negocios Internacionales**

AREQUIPA – PERÚ

2023

CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO CESANTE EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL AREQUIPA SUR EN EL AÑO 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	2%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	2%
5	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	pirhua.udep.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.ulasalle.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	1%

9	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	1 %
10	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	<1 %
11	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
14	repositorio.unajma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
18	apirepositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
19	repositorio.udl.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

20	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	Submitted to Universidad Nacional Amazonica de Madre de Dios Trabajo del estudiante	<1 %
22	vsip.info Fuente de Internet	<1 %
23	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1 %
24	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
28	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1 %
29	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	Fuster, Héctor, Xavier Carbonell, Halley M. Pontes, and Mark D. Griffiths. "Spanish validation of the Internet Gaming Disorder-20	<1 %

(IGD-20) Test", Computers in Human Behavior, 2016.

Publicación

31	theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
32	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Trabajo del estudiante	<1 %
33	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
34	repositorio.unjpsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
35	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	<1 %
36	repositorio.unasam.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
37	repositorio.upsjb.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
38	"An analysis of the parental reflective function, the quality of triadic interaction and its influence on early childhood development", Pontificia Universidad Católica de Chile, 2018 Publicación	<1 %
39	repositorio.unamba.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

40	repositorio.utc.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
41	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
42	Submitted to Universidad Estatal a Distancia Trabajo del estudiante	<1 %
43	Gabael de Jesús Armas Vallejos. "La calidad del servicio y su efecto en la satisfacción de los usuarios en instituciones públicas: un enfoque pls-sem, aplicado a las municipalidades de Costa Rica.", Apuntes de economía y sociedad, 2022 Publicación	<1 %
44	Mónica Méndez Díaz, Juan José Fernández Muñoz, Clara Martín Duque. "Medición de la satisfacción a través de los atributos de la calidad percibida en una muestra de clientes de hoteles", ROTUR. Revista de Ocio y Turismo, 2021 Publicación	<1 %
45	repositorio.uasf.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
46	repositorio.unamad.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
47	repositorio.undac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

48	1library.co Fuente de Internet	<1 %
49	Luz Esperanza Bohórquez Arévalo. "La organización empresarial como sistema adaptativo complejo", Estudios Gerenciales, 2013 Publicación	<1 %
50	repositorio.neumann.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
51	repositorio.unsch.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
52	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
53	repositorio.upp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
54	"Recuperación transformadora de los territorios con equidad y sostenibilidad II. La dimensión global de las regiones y sus reconfiguraciones económicas y urbanas", Universidad Nacional Autónoma de México, 2021 Publicación	<1 %
55	"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 2 (1986)", Brill, 1988 Publicación	<1 %

56

Verónica Alexandra Bernal-Rodas, Moisés Marcelo Matovelle-Romo, Cristina Guadalupe Ordoñez-Espinoza, Magdalena Emilia Ordoñez-Gavilanes et al. "Gestión de calidad del capital humano en la Universidad Católica de Cuenca", Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 2020

Publicación

<1%

Excluir citas Activo

Excluir coincidencias Apagado

Excluir bibliografía Activo

DEDICATORIA

Deseo dedicar esta tesis a mis padres, por su esfuerzo, enseñanzas y paciencia, todo lo que soy hoy es gracias a ellos.

A mi hermana, por ser una compañera que está en cada momento que la necesito.

A mis abuelos y tíos que con sus palabras y apoyo emocional me impulsaron a poder culminar mi etapa universitaria exitosamente.

A mis amigos de la oficina de escalafón, gracias por ayudarme a partir de sus experiencias, compartir sus conocimientos y sus sabios consejos que ayudaron en cada paso de la realización de la presente investigación.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a cada docente de la Universidad La Salle que me guió y apoyó en las variadas ocasiones que tuve que recurrir a ellos para aclarar las dudas que iban surgiendo durante la realización del presente trabajo.

A mi asesor de tesis y dictaminadores, por su apoyo constante durante el transcurso de esta investigación.

A la Universidad La Salle, por todos los conocimientos y experiencias brindados durante cinco años de mi vida.

INDICE

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA BÁSICA	17
1.1 Planteamiento del Problema de Investigación Científica	17
1.2 Operacionalización de las variables.....	19
1.2.2 Objetivos Específicos:	20
1.3 Formulación del problema.....	20
1.4 Hipótesis	21
1.5 Justificación	21
CAPÍTULO II: REVISIÓN Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	22
2.1 Antecedentes.....	22
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	22
2.1.2 Antecedentes Nacionales	24
2.1.3 Antecedentes Locales.....	27
2.2 Fundamentación Teórica	29
2.2.1 Calidad:	29
2.2.2 Satisfacción:	36
2.2.3 Modelo de Calidad Service Performance (SERVPERF).....	42
2.2.4 Modelo de Satisfacción América Customer Satisfaction Index (ACSI).....	50
2.2.5 Instituciones públicas	53
2.2.6 Situación Actual de las Instituciones Públicas en el Perú.....	54
2.2.7 Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur	55
2.2.8 Usuarios Cesantes	56
CAPÍTULO III: MÉTODO	57
3.1 Alcance de Investigación.....	57
3.1.1 Enfoque de la investigación	57
3.1.2 Diseño de investigación	57
3.2 Unidad de Estudio.....	57
3.2.1 Población.....	57
3.2.2 Muestra	58
3.2 Técnicas/Instrumentos/equipos/recursos	59
3.2.1 Técnicas	59

3.2.2 Instrumentos.....	59
3.2.3 Equipos	59
3.2.4 Recursos	59
3.3 Procedimiento	60
3.4 Validación y Fiabilidad del instrumento	61
3.4.1 Juicio de Expertos	61
3.4.2 Fiabilidad de Instrumentos.....	61
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	63
1. Análisis Descriptivo	63
1.1 Calidad del Servicio	63
1.2 Satisfacción del Usuario.....	85
2. Escalas de Valoración.....	92
2.1 Calidad del Servicio	92
2.2 Satisfacción del Usuario.....	100
3. Análisis Correlacional	105
3.1 Prueba de Normalidad.....	105
3.2 Correlación entre variables	106
3.3 Correlación por dimensiones	107
4. Discusión	110
5. Conclusiones.....	113
6. Recomendaciones	115
Referencias	117
ANEXO 1 : <i>Matriz de Consistencia</i>	121
ANEXO 2 : <i>Matriz de Operacionalización</i>	122
ANEXO 3 : <i>Presupuesto Nacional de Personal 2023</i>	123
ANEXO 3: <i>Características De La Muestra</i>	124
ANEXO 4 : <i>Juicio De Expertos</i>	125
ANEXO 5 : <i>Instrumento: Cuestionario Servperf Y Cuestionario Acsi</i>	131
ANEXO 6: <i>Solicitud De Autorización Para Aplicar Instrumento</i>	134
ANEXO 7: <i>Autorización De La UGEL AS Para La Aplicación Del Instrumento</i>	135
ANEXO 8 : <i>Base De Datos Spss</i>	136

INDICE DE TABLAS

Tabla 2	<i>Escala Likert mediante el uso de 05 escalas</i>	43
Tabla 3	<i>Cálculo de la muestra</i>	58
Tabla 4	<i>Consolidado juicio de expertos</i>	61
Tabla 5	<i>Alfa de Cronbach del instrumento en una muestra de 30 personas</i>	62
Tabla 6	<i>Alfa de Cronbach del instrumento SERVPERF.</i>	62
Tabla 7	<i>Alfa de Cronbach del instrumento ACSI.</i>	62
Tabla 8	<i>Escala de interpretación Alfa de Cronbach</i>	63
Tabla 9	<i>Cumplimiento de plazos respecto al servicio</i>	64
Tabla 10	<i>Cortesía en el servicio</i>	65
Tabla 11	<i>Servicio libre de errores</i>	66
Tabla 12	<i>Servicio rápido y concreto</i>	68
Tabla 13	<i>Tiempo de duración de la atención</i>	69
Tabla 14	<i>Respuestas claras y concisas</i>	71
Tabla 15	<i>Información segura</i>	72
Tabla 16	<i>Seguridad en procesos</i>	73
Tabla 17	<i>Seguridad de las respuestas</i>	75
Tabla 18	<i>Atención personalizada</i>	76
Tabla 19	<i>Resolución de conflictos</i>	77
Tabla 20	<i>Comunicación efectiva</i>	79
Tabla 21	<i>Equipamiento de la entidad</i>	80
Tabla 22	<i>Instalaciones físicas de la institución</i>	81
Tabla 23	<i>Apariencia de los trabajadores</i>	82
Tabla 24	<i>Recursos Materiales</i>	84
Tabla 25	<i>Calificación hacia los trabajadores</i>	85
Tabla 26	<i>Errores</i>	86
Tabla 27	<i>Recomendación del Servicio</i>	87
Tabla 28	<i>Nivel de satisfacción general</i>	89
Tabla 29	<i>Ideal de atención pública</i>	90
Tabla 30	<i>Expectativas del usuario</i>	91
Tabla 31	<i>Baremos de Fiabilidad</i>	93
Tabla 32	<i>Baremos de capacidad de respuesta</i>	94
Tabla 33	<i>Baremos de seguridad</i>	95
Tabla 34	<i>Baremos de empatía</i>	96
Tabla 35	<i>Baremos de elementos tangibles</i>	97
Tabla 36	<i>Baremos de variable calidad del servicio</i>	99
Tabla 37	<i>Baremos de valor percibido</i>	100
Tabla 38	<i>Baremos de calidad percibido</i>	101

Tabla 39	<i>Baremos de Expectativa del usuario</i>	102
Tabla 40	<i>Baremos de variable satisfacción del usuario</i>	104
Tabla 41	<i>Prueba de normalidad</i>	105
Tabla 42	<i>Correlación entre variables de investigación – Rho de Spearman</i>	106
Tabla 43	<i>Grado de relación según coeficiente de correlación</i>	106
Tabla 44	<i>Correlación entre dimensión Fiabilidad y Satisfacción</i>	107
Tabla 45	<i>Correlación entre dimensión Capacidad de Respuesta y Satisfacción</i>	108
Tabla 46	<i>Correlación entre dimensión Seguridad y Satisfacción</i>	108
Tabla 47	<i>Correlación entre dimensión Empatía y Satisfacción</i>	109
Tabla 48	<i>Correlación entre dimensión Elementos Tangibles y Satisfacción</i>	110

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Pasos para lograr una gestión de servicio</i>	33
Figura 2 <i>Pasos de la obtención del nivel de satisfacción del servicio</i>	40
Figura 3 <i>Proceso de la percepción</i>	47
Figura 4 <i>Modelo ACSI</i>	52
Figura 5 <i>Cumplimiento de plazos en el servicio</i>	64
Figura 6 <i>Cortesía en el servicio</i>	65
Figura 7 <i>Servicio libre de errores</i>	67
Figura 8 <i>Servicio rápido y concreto</i>	68
Figura 9 <i>Tiempo de duración de la atención</i>	70
Figura 10 <i>Respuestas claras y concisas</i>	71
Figura 11 <i>Información segura</i>	72
Figura 12 <i>Seguridad en procesos</i>	74
Figura 13 <i>Seguridad de las respuestas</i>	75
Figura 14 <i>Atención personalizada</i>	77
Figura 15 <i>Resolución de conflictos</i>	78
Figura 16 <i>Comunicación efectiva</i>	79
Figura 17 <i>Equipamiento de la entidad</i>	80
Figura 18 <i>Instalaciones físicas de la institución</i>	82
Figura 19 <i>Apariencia de los trabajadores</i>	83
Figura 20 <i>Recursos Materiales</i>	84
Figura 21 <i>Calificación hacia los trabajadores</i>	85
Figura 22 <i>Apariencia de los trabajadores</i>	87
Figura 23 <i>Recomendación del servicio</i>	88
Figura 24 <i>Nivel de satisfacción general</i>	89
Figura 25 <i>Ideal de atención pública</i>	90
Figura 26 <i>Expectativas del usuario</i>	92
Figura 27 <i>Baremos de fiabilidad</i>	93
Figura 28 <i>Baremos de capacidad de respuesta</i>	94
Figura 29 <i>Baremos de seguridad</i>	95
Figura 30 <i>Baremos de empatía</i>	97
Figura 31 <i>Baremos de elementos tangibles</i>	98
Figura 32 <i>Baremos de variable calidad del servicio</i>	99
Figura 33 <i>Baremos de valor percibido</i>	100
Figura 34 <i>Baremos de calidad percibida</i>	102
Figura 35 <i>Baremos de expectativa del usuario</i>	103
Figura 36 <i>Baremos de variable satisfacción del usuario</i>	104

RESUMEN

Esta investigación se desarrolló con el objetivo general de determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario cesante en la Unidad de Gestión Educativa Local durante el año 2023. La tesis es de tipo correlacional con un enfoque cuantitativo y diseño no experimental. La población estuvo conformada por los docentes cesantes pertenecientes a la jurisdicción de la institución en mención; la muestra fue probabilística aleatoria simple y se calculó en base al resultado de la fórmula de poblaciones finitas, el total fue de 350 usuarios cesantes. La técnica utilizada fue la encuesta y los instrumentos elegidos fueron un cuestionario SERVPERF y un cuestionario ACSI para cada variable de estudio.

Los resultados obtenidos demuestran una relación positiva considerable entre la variable de Calidad del Servicio y Satisfacción del Usuario en la UGEL Arequipa Sur durante el año 2023, con un coeficiente de correlación de 0.708. Por lo que se determina que a mayor calidad del servicio, mayor será la satisfacción en los usuarios cesantes. Asimismo, se pudo concluir que existe una alta satisfacción del usuario y una alta percepción de calidad, sin embargo, hay un grupo de docentes que conforman el 11.71% de la muestra que no posee una alta percepción de calidad de servicio. Respecto a la segunda variable son 19.71% de docentes cesantes que no poseen un alto nivel de satisfacción.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción del usuario cesante, instituciones públicas.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA BÁSICA

1.1 Planteamiento del Problema de Investigación Científica

(Espinoza, 2021) señala que de acuerdo al marco de la ley de modernización del estado¹, para los organismos públicos peruanos es fundamental tener usuarios satisfechos y asegurar servicios de calidad, sin embargo, el sector público peruano presenta actualmente 02 dilemas importantes: problemas públicos y problemas de gestión (Castañeda, 2019). Para efectos de la investigación, se abordaron los problemas de gestión, que básicamente son los relacionados al incorrecto funcionamiento de los organismos públicos. (Arteaga, 2013) menciona que para obtener un eficiente desarrollo económico y social es rotundo poseer confianza institucional, a pesar de ello, en los últimos años nuestro país ha venido experimentando una crisis que no parece culminar pronto. Esto ha provocado que la percepción de la sociedad hacia la administración pública decaiga prolongadamente. Según el Instituto de Opinión Pública de la PUCP (2017), 8 de cada 10 peruanos cree que la política es un espacio de beneficio personal, y que todos los funcionarios públicos son corruptos. Gracias a esto, los procedimientos de las instituciones públicas peruanas han ido perdiendo credibilidad generando un malestar en los usuarios, los cuales, cabe aclarar, consideran a la atención pública como lenta y burocrática (Trivelli y otros, 2021). Algunas causas que se han asociado a la problemática son problemas como la ausencia de una cultura organizacional orientada a la mala atención, burocracia, objetivos imprecisos y ausencia de motivación de trabajadores.

Tan solo en el año 2021 se obtuvo un aumento del 45% respecto a quejas de atención al ciudadano en instituciones públicas en todo el Perú (Indecopi, 2022), el incorrecto desempeño en la provisión de servicios públicos y la actuación de sus trabajadores han fomentado la desconfianza institucional (IEP, 2016), es decir, existen dudas acerca de la capacidad de estos organismos para cumplir los roles por los cuales se formaron. Del mismo modo que para las empresas privadas fidelizar un cliente les resulta lucrativo, para las instituciones públicas contar con un gran respaldo de la población y en especial de sus usuarios, otorga la oportunidad de mejorar sus procedimientos, eliminar burocracias y convertirse en una gran herramienta de cambio.

Todas estas premisas nos ponen en un escenario en el cuál la opinión del usuario y/o consumidor es autónoma, determinante y fuertemente valorada, es por eso que términos

¹ Ley N° 27658 - Decreto Supremo N° 030-2002-PCM.

como trato al usuario, tiempo de atención, e infraestructura utilizada son indicadores de calidad (Matsumoto, 2014) incluso la intención de una empresa o institución en mejorar su relación con sus consumidores. Lo curioso de la calidad de servicio es que tiene dos características importantes: su objetividad y subjetividad (Brunso, 2005) para el planteamiento de la investigación se tomó esta última, la cual hace mención a juicios de valor y percepciones.

Desde el punto de vista de la autora, la calidad de un servicio puede ser evaluada desde diferentes enfoques, por ejemplo: un público joven y/o adulto que tenga responsabilidades de trabajo o familia, buscará principalmente rapidez y simplicidad en un servicio, mientras que un público conformado por adultos mayores valorará instituciones que le otorguen un servicio basado en la paciencia, empatía, comprensión y disposición de ayuda.

En la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur durante el año 2022, la investigadora logró ser testigo del descontento de los usuarios que acudían para realizar trámites administrativos o absolver consultas. Determinando mediante la observación algunas de las principales razones por las cuáles realizaban quejas o se retiraban de la institución con descontento, por ejemplo: los tiempos de espera que se empleaban en la atención eran prolongados, tanto en mesa de partes como en cada oficina a los que se les derivaban, la mala comunicación que ocasionaba confusiones en las consultas y la falta de empatía para atender correctamente a usuarios adultos mayores que requieren más paciencia y entendimiento. Es por esa realidad que urge determinar el nivel de calidad percibido por los usuarios, en especial por aquellos que son un grupo vulnerable de nuestra sociedad, los adultos mayores.

La investigación resulta relevante por su fin interno relacionado a conocer y precisar el nivel real de la percepción de calidad y satisfacción de usuarios cesantes de la UGEL AS, y su fin externo que consiste en fortalecer la cohesión social y el contrato social con el objetivo de reconectar a la institución pública en mención con sus usuarios y en consecuencia con los ciudadanos y así obtener un imperativo ético que permita cambiar la visión de la sociedad arequipeña hacia la gestión pública. Es vital que las instituciones públicas se interesen en la mejora continua de la atención al usuario, y más aún aquellas que administran y se relacionan con un público que ha sido y es parte esencial de uno de los sectores que más influye en el presente y el futuro del país: la educación, elemento que contribuye al desarrollo de personas éticas y sociedades justas.

1.2 Operacionalización de las variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores
Calidad de Servicio <i>V. Independiente</i>	<p>Hábito adoptado por una organización para interpretar necesidades y expectativas de clientes con el fin de brindar un servicio excelente, aún bajo situaciones imprevistas, de tal manera que se obtenga un valor mayor al esperado. (Pizzo,2013)</p>	<i>Fiabilidad</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de compromiso respecto a entregables - Nivel de cortesía detectada. - Número de errores en atención.
		<i>Capacidad de Respuesta</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de rapidez de respuestas - Nivel de claridad y entendimiento - Nivel de tiempo e interés entregado
		<i>Seguridad</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de usuarios que vieron expuesta su información. - Número de usuarios conformes con los procedimientos. - Número de errores en procesos
		<i>Empatía</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de usuarios que manifiestan atención personalizada - Nivel de comprensión declarado. - Porcentaje de usuarios que sienten interés en la atención.
		<i>Elementos Tangibles</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Número de quejas respecto a instalaciones físicas - Número de observaciones respecto a la apariencia de los trabajadores institucionales - Número de quejas relacionadas a la falta de recursos materiales.
Satisfacción del Usuario <i>V. Dependiente</i>	<p>Conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como resultado de comparar lo percibido en un producto o resultado contra las expectativas que se tenían. (Kotler & Keller, 2012).</p>	<i>Calidad Percibida</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de conformidad con el desempeño de los trabajadores. - Nivel de valoración que se otorga a la atención recibida.
		<i>Valor Percibido</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Nivel de satisfacción general con el servicio de atención al usuario. - Nivel de recomendación que se otorga a la institución.
		<i>Expectativas del Usuario</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de usuarios que se obtuvo altas expectativas. - Nivel de similitud entre el ideal de atención pública y lo obtenido.

1.2.1 Objetivo General:

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario cesante de la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur en el año 2023.

1.2.2 Objetivos Específicos:

Identificar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario cesante en la UGEL-AS.

Describir la relación que existe entre la Capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario cesante en la UGEL-AS.

Detallar la relación que existe entre la Seguridad y la satisfacción del usuario cesante en la UGEL-AS

Especificar la relación que existe entre Empatía y la satisfacción del del usuario cesante en la UGEL-AS

Relacionar la dimensión de aspectos tangibles con la satisfacción del usuario cesante en la UGEL-AS.

1.3 Formulación del problema

1.3.1. Pregunta general

¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del usuario cesante en la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur en el año 2023?

1.3.2. Preguntas específicas

¿Cuál es la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario cesante en la UGEL-AS?

¿Cómo se describe la relación que existe entre la Capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario cesante en la UGEL-AS?

¿Como se detalla la relación que existe entre la Seguridad y la satisfacción del usuario cesante en la UGEL-AS?

¿Qué tipo de relación que existe entre Empatía y la satisfacción del del usuario cesante en la UGEL-AS?

¿Cómo se relaciona la dimensión de aspectos tangibles y la satisfacción del usuario cesante en la UGEL-AS?

1.4 Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

Existe una relación positiva y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios cesantes en la UGEL Arequipa Sur durante el año 2023.

1.4.2 Hipótesis específicas

Existe una relación directa de la fiabilidad en la satisfacción del usuario cesante de la UGEL AS.

Existe una influencia directa de la capacidad de respuesta en la satisfacción del usuario cesante de la UGEL AS

Existe una conexión directa de la seguridad en la satisfacción del usuario cesante de la UGEL AS

Existe una relación directa de la empatía en la satisfacción del usuario cesante de la UGEL AS

Existe una influencia directa de los aspectos tangibles en la satisfacción del usuario cesante de la UGEL AS

1.5 Justificación

1.5.1 Justificación Teórica:

Mediante el desarrollo de la presente investigación se profundizó el conocimiento acerca de la percepción de un grupo vulnerable de la sociedad, y su relación con las instituciones públicas y con conceptos como calidad de servicio y satisfacción.

1.5.2 Justificación Práctica:

Tomar consciencia sobre la importancia de otorgar un servicio caracterizado por excelencia es uno de los fines de esta investigación, ya que, durante bastante tiempo, se ha descuidado la atención al usuario en instituciones públicas. Esta investigación contribuye con la entidad a tomar decisiones en base a los resultados obtenidos, a su vez, podrá ser utilizado como base en investigaciones futuras relacionadas a las características de la unidad de estudio.

1.5.3 Justificación Metodológica:

La investigación se justifica metodológicamente por que se hace mención al uso de procedimientos e instrumentos puntuales con los que se desarrollarán datos de características medibles y cuantificables que pueden ser utilizados posteriormente para otras investigaciones relacionadas, obteniendo así el cumplimiento de objetivos de investigación.

1.5.4 Justificación Social:

Esta investigación tiene como una de sus metas principales, la mejora. El buen trato es la base de toda relación humana en sociedad, especialmente entre aquellas personas que necesitan más comprensión y paciencia que otras. Lamentablemente no siempre está presente en nuestras actividades cotidianas, y esto se ve reflejado en malestar e incomodidad. La tesis tiene relevancia social al estar orientada hacia el bien común, en especial de aquellos grupos vulnerables de nuestra sociedad.

CAPÍTULO II: REVISIÓN Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes Internacionales

(Corrales,2022) realiza su trabajo de investigación titulado “Calidad de Servicio en el sector público y su relación con la satisfacción de los usuarios externos” con el fin de contribuir a la problemática planteada desde un preocupante punto de vista, la escasez de estudios en relación a la satisfacción de usuarios de instituciones públicas en Ecuador. El organismo que fue objeto de estudio es Agencia del Registro Civil Latacunga, esta realiza actividades similares a la RENIEC.

El objetivo principal plantea identificar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de usuarios externos en la institución mencionada; y como objetivos específicos, usar el modelo SERVQUAL para comprobar la influencia y fundamentar teóricamente las variables de objeto de estudio, calidad de servicio y satisfacción del usuario. La muestra seleccionada fue de 385 personas activas que realizan tramites en la institución mencionada.

Como principales hallazgos, el investigador determina que existe una relación alta y directa entre la calidad del servicio ofrecido y la satisfacción de los usuarios, siendo positiva la percepción de ellos hacia las dimensiones planteadas (elementos tangibles, empatía,

conocimiento, comunicación). Este estudio es considerado relevante por su fuerte relación respecto a tema, objetivos e instrumentos con la presente investigación.

(Naranjo,2020) presenta su investigación enfocada en la Calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. La razón del estudio radica en la importancia de la calidad de servicio que debería ofrecer un organismo encargado de los seguros que prestan las empresas a sus trabajadores.

El objetivo principal fue determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. La muestra fue seleccionada de un total de 84 760 usuarios, dando como resultado 382 personas. El instrumento utilizado fue el cuestionario SERVQUAL.

Como conclusiones finales, se obtuvo que existe una relación directa y significativa del 63% entre ambas variables de estudio, sin embargo, el nivel de satisfacción de los usuarios fue del 24%, es decir el servicio proporcionado no está alineado a las expectativas de los usuarios. La investigación fue tomada por la similitud de poblaciones con el estudio que se viene realizando.

(Pedraja & Valdéz,2019) con el fin de proponer un plan de mejora realizan una investigación exploratoria y descriptiva para evaluar la calidad de servicio de un Hospital y cinco centros de salud ubicado en Arica, Chile.

Su objetivo principal es que los usuarios sean capaces de exigir y gestionar sus necesidades en base a una relación horizontal y directa con las instituciones públicas de salud. El instrumento utilizado fue el cuestionario SERVPEF aplicado a las personas mayores de 18 años que fueron atendidos en los últimos 02 años.

Como resultados finales, los investigadores determinaron que la dimensión “fiabilidad” es la que obtiene menor calificación, mientras que “elementos tangibles” posee la mayor puntuación, debido a la moderna infraestructura que presentan. Lo resaltante de esta investigación es que evalúa los resultados en base a aspectos como: sexo, edad y sector. En términos de género, no hay notables diferencias, varones evaluaron al sistema de salud con un 4,3 mientras que las damas con un 4,2; dándonos a entender que, en adelante, la diferenciación en genero de las propuestas no serán determinantes. Caso contrario ocurre en la evaluación en base a sectores, en los cuales, si se ve una diferencia más marcada de percepciones, por ejemplo, el sector 01 posee una percepción promedio de 4,48 mientras que el sector 02, posee 3,88, es

decir existe un 16% de divergencia que se puede explicar por las diferentes comparaciones que hacen los usuarios a los centros de salud ubicados en distintos puntos de Arica.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

(Córdor, 2022) realizó su investigación titulada “La Calidad Del Servicio Administrativo Y La Influencia En La Satisfacción De Atención A Los Docentes De La Unidad De Gestión Educativa Local - Huánuco 2021”, como principal objetivo buscó determinar como la calidad de servicio administrativo influye en la satisfacción de los usuarios de la entidad durante el año 2021; y como principales objetivos específicos; desea determinar cómo influye la fiabilidad, capacidad de respuesta, y empatía en la satisfacción del usuario de la entidad. Su muestra total fue de 350 docentes. El autor desarrolla 01 cuestionario para cada una de sus variables y como principales resultados obtiene que existe la calidad del servicio administrativo influye en la satisfacción de atención a los docentes de la UGEL-Huánuco 2021 con un Rho de Spearman de 0.725, asimismo, para responder sus objetivos específicos aplica la misma metodología, encontrando así que la fiabilidad influye en la satisfacción de atención a los docentes de la UGEL-Huánuco 2021 con un coeficiente de 0.619, la capacidad de respuesta influye en la satisfacción de atención a los docentes de la UGEL-Huánuco 2021 con un coeficiente de 0.743 y que la empatía influye en la satisfacción de atención a los docentes de la UGEL-Huánuco 2021 con un índice de 0.911. Su estudio fue de tipo explicativo, con una muestra probabilística de 350 personas.

(Rodriguez,2020) busca trascender en la administración pública mediante una investigación que tiene como propósito realizar mejoras en la calidad del servicio de la RENIEC ubicada en el distrito de San Ignacio, departamento de Cajamarca. La principal problemática que encuentra, es que la población concurrente a esta institución se caracteriza por no ser tan exigente con la atención al usuario hecho que se da por una razón cultural. Esto lleva al autor a dudar sobre la calidad de servicio otorgada y a anhelar conocer la percepción de la población en relación a la atención brindada. La investigación fue de tipo descriptiva-cuantitativa, mientras que su diseño es correlacional-no experimental. El autor trabajó con una muestra de 237 usuarios que acudían a la institución dentro de un periodo de tiempo determinado. Los principales resultados fueron obtenidos en base al cuestionario “Escala de Likert” que se elaboró en función a los indicadores de la operacionalización. Respecto a la variable calidad del servicio, en su dimensión de confiabilidad, se obtienen resultados negativos sobre la

formación y experiencia del personal. En cuanto a la dimensión de capacidad de respuesta, sucede lo mismo con la amabilidad, cordialidad y compromiso de los trabajadores. La dimensión de seguridad muestra que los errores que se suelen cometer en cuanto a sus trámites son regulares, y por último, acerca de la dimensión de empatía, muestra poca falta de escucha y empatía. Los resultados positivos aparecen en la dimensión de aspectos tangibles, ya que una gran cantidad de sus encuestados mencionan que las instalaciones de la institución son cómodas, el mobiliario y equipamiento también es correcto. La variable de satisfacción del usuario, en su dimensión de expectativas, un 24% manifiesta que el horario no siempre se ajusta a sus tiempos, el tiempo de atención es inadecuado y el tiempo de espera es muy extenso. La dimensión de percepción nos muestra un bajo nivel de cordialidad, de sensación de calidad, y de escasa mejora continua. En la dimensión de complacencia, un 38% siente que no se cumplen sus expectativas y que se debería mejorar el servicio. Por lo tanto, concluye que la RENIEC Agencia San Ignacio posee un bajo nivel de calidad de servicio. Para mejorar esta situación, el autor propone capacitaciones a los trabajadores en cuanto a trato al usuario y responsabilidad de cargo, por último, recomienda también mejorar las instalaciones de la sede ya que no serían las más adecuadas para la ejecución del servicio.

(Paucar,2019) realizó su investigación con el objetivo de calcular el nivel de relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la UGEL 01 de San Juan de Miraflores. Su diseño fue de tipo descriptivo-correlacional. Su población fueron los usuarios que recurrían a la institución para realizar trámites varios, a los que se les aplicó cuestionarios de tipo Likert sobre calidad de servicio y satisfacción. Se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson, el cual arrojó un indicador de 0,7145 lo cual significa una relación positiva alta entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local 01 de San Juan de Miraflores. El nivel de calidad de servicio obtiene una calificación del 69% como “bueno”, mientras que el nivel de satisfacción un 76% como “satisfecho”. Se concluye que existe un buen nivel de calidad directamente proporcional a la satisfacción de los usuarios, sin embargo, también se recomendó, trabajar en aquellos puntos débiles y hacerles un seguimiento constante.

(Alegre,2018) se propone determinar el estado del sistema de gestión de calidad implantado en la Unidad de Gestión Educativa Local Tambopata y su relación con la calidad de servicio en los trabajadores. Su diseño de estudio es descriptivo-correlacional, ya que se pretende recoger información sobre los conceptos y variables planteados con el fin de evaluar la relación

entre ambos (Hernández et al 2017). La población elegida son 40 administrativos que trabajan en la UGEL Tambopata. El tipo de instrumento utilizado fue una encuesta de aplicación directa la cual se evaluó bajo la Escala Likert. El análisis de los resultados se realizó mediante una regresión lineal múltiple y para el procesamiento de información se utilizó el programa SPSS. Bajo la aplicación del Rho de Spearman, el autor afirma su hipótesis general, si existe una relación entre el sistema de gestión de calidad implantando en la UGEL y la calidad de servicio de sus trabajadores. Respecto a sus hipótesis alternas, el autor encuentra una correlación en cada una de estas, sin embargo, se tiene una relación directa débil en cada caso. Es por esta razón que como principales recomendaciones considera que se debe mejorar los objetivos de calidad, mapa de procesos, gestión de recursos, confiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad con el sistema de gestión de calidad.

(Guzmán & Ramos, 2018) presentan su tesis titulada “Calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del usuario de la dirección regional de educación Pasco-2017”, siendo su objetivo general determinar la influencia de la calidad de los servicios en la satisfacción de los usuarios. Como conclusión principal, el autor confirma que existe una relación significativa entre ambas variables, de nivel moderado. En cuanto a sus objetivos específicos, puede aseverar que la variable capacidad de respuesta tiene una relación significativa con la satisfacción de los usuarios., ocurriendo lo mismo con las variables de los demás objetivos: cortesía y competencias personales. Para medir el grado de asociación todas estas fueron sometidas al coeficiente de Rho de Spearman. Los resultados que obtuvo fueron los siguientes: En relación a la correlación entre sus variables de estudio, logró un total de 0.591, calificándolo como una correlación positiva moderada. En cuanto a su primer objetivo específico, obtuvo una correlación de 0.497 entre capacidad de respuesta y satisfacción del usuario; el objetivo específico segundo relacionado a la cortesía y su relación con la satisfacción, logra un nivel de 0.462, lo que significa una correlación positiva moderada; y respecto al objetivo específico tercero, el autor confirma un nivel de 0.566, calificándolo como una correlación positiva moderada. Este estudio se realizó bajo la problemática de haber observado varias quejas e incomodidades de parte de los usuarios al salir de las instalaciones de la DRE Pasco. La muestra de su población fue definida bajo la fórmula de poblaciones finitas, el resultado fue de 339 usuarios a los cuales se les aplicara el instrumento que fue elegido, en este caso, una encuesta de 18 ítems divididos en 05 dimensiones: capacidad de respuesta, cortesía, competencias personales, confianza en el servicio y trato recibido.

Morales (2016) realiza su investigación titulada Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción de los usuarios docentes en la UGEL Chucuito- Juli según modelo SERVQUAL en el periodo 2016. Como objetivo general busca evaluar la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios docentes, asimismo, busca determinar el grado de satisfacción que tienen los usuarios docentes en relación a las dimensiones del modelo SERVQUAL, también busca precisar la percepción de los usuarios sobre los servicios obtenidos de la entidad y proponer alternativas para la mejora. Su muestra fue de 30 docentes, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental. El autor concluye que existe una baja calidad de servicio ya que encontró un valor $r=-0,269$ correlación con tendencia positiva y una magnitud baja, también se determina que los usuarios poseen una percepción de nivel deficiente hacia la calidad de los servicios ($r=-0,073$) y, por último, el servicio recibido tiene características de menor calidad frente a los estándares de su instrumento.

Ganoza (2019) presenta su investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del usuario director de Instituciones Educativas de nivel primaria de la UGEL 02, La Esperanza,2019”. Se desarrolló con el objetivo de determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario director de las Instituciones Educativas del nivel primaria de la UGEL 02, La Esperanza. El tipo de investigación es no experimental, el diseño es descriptivo correlacional de corte transaccional o transversal. Su población fue determinada por 33 directores pertenecientes a la jurisdicción de la institución. Como principales resultados, confirma que existe una relación altamente significativa entre las variables de estudio, asimismo, señala que sucede lo mismo con la relación entre elementos tangibles (0.378), fiabilidad (0.450), capacidad de respuesta (0.536) y empatía (0.488). Sin embargo, no se logró encontrar relación entre seguridad y satisfacción del usuario ya que el coeficiente marcó un total de 0.310, lo cual se interpretó como una correlación positiva débil. Las recomendaciones que otorga están basadas en la planificación e implementación de una herramienta de seguimiento de calidad con el fin de continuar evaluando e indagando las acciones y procesos en los que se pueda mejorar.

2.1.3 Antecedentes Locales

(Aragón, 2021) detectó varias disconformidades de parte de los usuarios de la municipalidad provincial de Camaná hacia su calidad de atención, es por eso que realiza una investigación de tipo correlativo-descriptivo y la metodología que utiliza es de tipo cuantitativa.

Su principal objetivo es determinar la relación entre calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad de Camaná en el año 2021. El nivel de investigación aplicado es correlacional, con diseño no experimental. Su población fue de aproximadamente 135 personas, a las cuales se les aplicó la fórmula de población finita, obteniendo como resultado una muestra de 100 personas. Como principal resultado de la aplicación del cuestionario de Likert, la autora concluye que si existe una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la municipalidad provincial de Camaná en el año 2021. Esto lo determina en base a la prueba del Chi cuadrado de Pearson, en el cual se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis uno (H_1). En cuanto a sus objetivos específicos, se evaluaron de la misma forma, bajo la prueba del Chi Cuadrado de Pearson, confirmando la relación entre la capacidad de respuesta, confiabilidad, elementos tangibles y empatía con la satisfacción de los usuarios.

(Saire & Ramos, 2018) en su tesis titulada como “Calidad del servicio y la satisfacción laboral de los trabajadores en la gerencia regional de salud Arequipa, 2018” tuvo como principal objetivo determinar la calidad del servicio y la satisfacción laboral de los trabajadores de la Gerencia Regional de Salud Arequipa en el año 2018. Esta investigación fue de tipo correlacional-cuantitativo y de diseño no experimental. El problema que plantea radica en el conformismo que poseen los trabajadores de instituciones públicas al alcanzar estabilidad laboral, delegando su rendimiento, eficiencia y productividad a un segundo plano. Para poder evitar esto los autores plantean trabajar en tres aspectos que empoderan la función de los trabajadores, los cuales son: liderazgo, reconocimiento y comunicación. Para lograr esto, el instrumento aplicado fue el cuestionario que fue considerado en base a cada una de las variables planteadas asimismo fue aplicado a una muestra de 148 personas de las diferentes áreas administrativas de la Gerencia Regional de Salud en Arequipa. Como resultados interesantes se obtiene que existe una alta conformidad de los trabajadores en cuanto a sus elementos tangibles (apariencia de las instalaciones físicas), en cuanto a fiabilidad y capacidad de respuesta también se obtienen resultados positivos, los trabajadores se encuentran conformes con el servicio que otorgan y con la fiabilidad que ofrecen a sus usuarios. Por el contrario, en aspectos como seguridad y relación con responsables, encontró resultados medios, preocupaciones como la estabilidad laboral, la carga de trabajo y la escasa relación entre jefes y subordinados son las principales causas. Para poder mejorar en los aspectos que no obtuvieron un resultado positivo, los autores recomiendan proporcionar a los trabajadores un clima laboral cómodo, que sea funcional y ergonómico, fortaleciendo las relaciones laborales con

actividades, dinámicas, talleres para generar calidad de profesionales y la asistencia de estos al servicio de la comunidad.

2.2 Fundamentación Teórica

2.2.1 Calidad:

(Gummenson, 1979) detalla que la calidad es la relación entre la percepción y la confianza. Es un concepto dinámico, utilizado en varios contextos, definida como un conjunto de acciones que busca la satisfacción de un público objetivo, cubriendo y excediendo sus expectativas en base al desarrollo de estrategias, procesos, recursos y valores que permitan mediante la eficiencia alcanzar la excelencia. Su carácter inherente fue evolucionando a través de los años para proporcionar ventaja competitiva a empresas privadas o públicas. La variedad conceptual que engloba se caracteriza por su brevedad y sencillez, como, por ejemplo: “La calidad es la capacidad del ser humano de hacer bien las cosas (Alcalde, 2019), a comparación de “Calidad es hacer las cosas bien a la primera” o “Un producto de calidad es aquel que minimiza la pérdida para la empresa y la sociedad” (Mejías, 2008). Como podemos observar, son breves citas que engloban una gran cantidad de procesos.

Desde un punto de vista basado en la tangibilidad, se puede definir a la calidad según (Gutierrez, 2010) como un producto que cumple y vence las expectativas del cliente por ende es un término que está implícito en la serie de pasos de creación de un producto: investigación de mercado, selección de proveedores, elaboración del diseño y producto, control de calidad y servicio post venta. Mientras que desde uno abstracto como para (Pizzo, 2013) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y reconocimientos.

La historia de la calidad se remonta a cientos de años atrás, en el proceso evolutivo era indispensable crear armas para la caza y defensa, las cuales fueron adoptando nuevas y mejores características con cada uso que se le daba, es así como se conocía las necesidades a satisfacer. Esto obligó a crear armas más perdurables, eficientes y con un menor esfuerzo. Luego, durante apogeo de las civilizaciones podemos observar a la calidad de una manera teórica y práctica, (Lara, 1992) plantea que en el código de Hammurabi se encontraba el signo más claro de

calidad en ese entonces: “si un constructor construye una casa y no lo hace con buena resistencia y la casa se derrumba y mata a los ocupantes, el constructor debe ser ejecutado”. Es a partir de la edad media que se empieza a utilizar los conceptos de estándares y medidas, muchos comerciantes se veían en la necesidad de crear sus productos en base a estos con el fin de obtener un producto bueno y duradero. A partir de 1800 que la calidad comienza a ser percibida como un problema a resolver, con el objetivo de obtener una serie de productos uniformes en base a actividades perfectas de inspección, conteo y clasificación. En 1950, cambia su concepto, además de ser visto como un reto a resolver se comienza a actuar preventivamente para su logro, la calidad comienza a estar presente en cada una de las etapas de producción, desde el diseño hasta la venta final, con el fin de aminorar todas las posibles fallas. Para esto se tuvieron que implementar nuevos sistemas y programas, obteniendo un mejor control y retroalimentación de cada paso. La calidad toma el papel de ser ventaja competitiva a partir de 1980, siendo la principal preocupación impactar estratégicamente en las necesidades del mercado, se comienza a aplicar también la planificación estratégica mediante el establecimiento de metas y la suma de esfuerzos de toda la organización. Su etapa final, comienza gracias a la globalización, fenómeno que cambia por completo el actuar de las empresas (Evans & Lindsay, 2008). Durante todo ese proceso, las empresas han trabajado en la obtención de calidad, dando origen al concepto de calidad de servicio, el cual tiene un enfoque directo hacia el cliente.

2.2.1.1 Calidad de Servicio:

Al conjunto de actividades y beneficios que una parte ofrece a otra, con el fin de obtener una utilidad o de cumplir un objetivo, se le denomina servicio. (Garbarino & Johnson, 1999) definen al servicio como el proceso que brinda una empresa o institución a sus usuarios o clientes, al momento de otorgarles información, atención o venta de algún producto o servicio. Mientras que (Casal, 2014) entiende al servicio como una forma de hacer las cosas, que busca atraer al público externo y al público interno. Otro de los conceptos más interesantes pertenece a (Kotler, 2003) el cual establece al servicio como un medio para crear y profundizar una relación perdurable en el tiempo con los clientes. El enfoque de este último es “emocional” puesto que nos dice “que es expresarle a los clientes, el compromiso que la empresa siente con ellos y con su bienestar”, más allá de establecer una relación monetaria es, compartir una relación de respeto e integridad.

A lo largo de la evolución del concepto de servicio, autores como (Parasuraman y otros, 1991) plantearon ciertas características fundamentales:

- Intangibilidad:

Los servicios son intangibles, esto interrumpe al usuario o cliente poder evaluar previamente el servicio que tomará. Debido a esto, es complicado para las instituciones o empresas poder conocer cómo sus usuarios o clientes perciben la calidad de su servicio.

- Heterogeneidad:

Evaluar un producto es más sencillo que evaluar un servicio. La complejidad de este último radica en que los resultados son muy variables de usuario a usuario, como consecuencia no se puede obtener una calidad uniforme ya que la empresa o institución puede percibir que otorga cierto nivel de servicio mientras que es totalmente diferente para los usuarios.

- Inseparabilidad:

En muchos servicios, la producción y el consumo son indisolubles (Gronroos, 1978). En servicios intensivos en capital humano, a menudo tiene lugar una interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa de servicios. Esto afecta considerablemente la calidad y su evaluación.

Evaluar la calidad de un servicio es más complejo que evaluar un producto, los servicios no podemos compararlos directamente como lo haríamos con dos productos que son competencia, en el servicio tenemos las características de intangibilidad y variabilidad las cuales nos ayudarán a hacer una evaluación en base a características extrínsecas. Por ejemplo, al evaluar un servicio de atención médica, no solo nos enfocamos en la atención del médico hacia la persona, sino también, en el lugar en el que se da, en su trayectoria, en las actividades complementarias, etc. El resultado de esta evaluación depende de la brecha entre las expectativas del consumidor y la percepción que obtenga de este. Es decir, las expectativas y la percepción son los factores fundamentales y determinantes para calificar altamente una calidad de servicio, es por eso que aparte de enfocarse en el servicio propio y su mejora, las empresas e instituciones deben interesarse en conocer las expectativas y las percepciones que los consumidores puedan adoptar. Cada vez los usuarios evalúan más sus experiencias en base a comparaciones con sus expectativas y otras organizaciones. Debido a esto se plantea que las organizaciones deben basar su servicio en 03 pilares importantes:

- prestación total de sus servicios
- eficiencia de técnicas de procesos
- satisfacción del usuario

Con el compromiso de desarrollar los 03 pilares en la consecución de objetivos, una organización puede estar encaminada hacia la gerencia del servicio que es el conjunto de

creencias, costumbres, prácticas y formas de pensar que un grupo de personas han llegado a compartir por medio de su convivencia y trabajo (Leppard & Molyneux, 2000), la cual tiene como meta final obtener una cultura de servicio en base a la excelencia que esté presente tanto en los usuarios como en los propios trabajadores.

(Méndez, 2006) establece una serie de estrategias para las organizaciones que deseen empezar a gestionar su gerencia de servicio, entre los cuales resaltan la importancia de tener indicadores que nos permitan medir el presente y los progresos de la gestión, es importante también cambiar elementos en la cultura que se opongan al objetivo planteado, fomentar el trabajo en equipo y hacer seguimiento a los logros alcanzados.

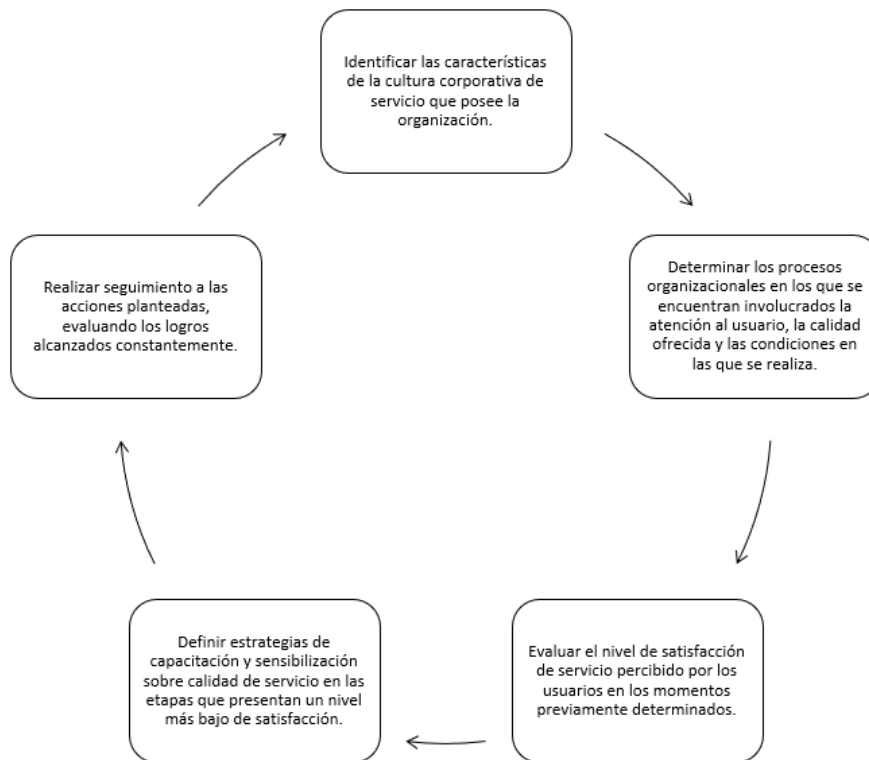
Por temas de especificidad, se plantean 04 etapas de la gerencia de servicios:

1. Diseño del servicio: El diseño incluye la planificación de elementos tangibles e intangibles que participan en un servicio, su correcto mapeo y proyección a futuro.
2. Implementación del servicio: Consiste en la etapa de asignar recursos tecnológicos, humanos, científicos a los procesos que pasarán por cambios determinantes.
3. Monitoreo del servicio: Es importante para garantizar un adecuado funcionamiento, detectar y prever problemas y tomar medidas correctivas y preventivas a tiempo.
4. Mejora continua del servicio: Implica la evaluación constante del servicio, identificación de áreas de mejora e implementación de acciones de mejora.

A continuación, se muestra una serie de objetivos en torno a las estrategias previamente mencionadas, cabe aclarar que lograr una gestión de servicios es una tarea que implica replantear muchos esquemas con el fin de colocar el servicio al cliente en los objetivos de dirección estratégica de la organización.

Figura 1

Pasos para lograr una gestión de servicio



Fuente: Elaboración propia.

La calidad de servicio podría denominársele también “Calidad Asistencial” que se define por la asignación oportuna de recursos y servicios. (Donabedian, 2001) propone 03 elementos que lo conforman: Aspectos de Confort, que vienen a ser los elementos tangibles en los que se proporciona la atención; Interpersonal, abarca el conjunto de relaciones entre personas de una misma sociedad que se rigen a normas y valores sociales; y el Componente Técnico que aplica el uso de ciencia y tecnología en la solución de problemas de una forma efectiva. La certificación de calidad en la actualidad es un factor de valor, competitividad y confianza que pueden usar las empresas e instituciones en busca de la calidad de servicio.

2.2.1.2 Calidad Total

Es un concepto que engloba a todos los integrantes y partes de una organización en búsqueda de un objetivo común, el cual se caracterizará por el perfeccionamiento constante y la autosuperación (Chiavenato, 2002). Entenderlo sólo como concepto no es suficiente,

tenemos que percibir a la calidad total como un objetivo empresarial, un camino hacia la excelencia que nos obliga a darle al cliente o usuario en el momento exacto lo que necesita y de una forma competitiva y eficaz. Para lograr esto se requiere de un compromiso absoluto de toda la organización y no solo de algunas áreas como aún se cree, los esfuerzos deben estar guiados bajo el perfeccionamiento continuo enfocado en el cliente o usuario y en la calidad de procedimientos que deben conllevar. Cabe aclarar que la calidad total no solo es aplicable a productos y/o servicios, la mejora debe ser también en los recursos humanos y sus interrelaciones. Es aquí donde entra el papel tan importante de un líder en una organización, ya que será el responsable de prever que todas estas mejoras se realicen y se logren con éxito. Son muchas las empresas que se conservan aún en lo tradicional, donde el jefe es el único encargado de tomar decisiones, ordenar y asumir total responsabilidad, siendo esto muy desventajoso a un corto plazo ya que los trabajadores solo se enfocarán en cumplir sus obligaciones de una manera superficial y no otorgarán la suficiente importancia a las metas del equipo. Después de todo lo examinado podemos definir a la calidad total como un estado en el que todos los elementos de una empresa, ya sean tangibles o intangibles, logran interconectarse en base a responsabilidades, importancia, retroalimentación y control para lograr una meta común, la cual es lograr la satisfacción plena del cliente o usuario.

Al llegar a este punto es inevitable hablar sobre la teoría de la calidad total de Deming, el cual engloba 14 principios de mejora de procesos para obtener calidad total:

- Constancia: La práctica de esta cualidad mejora al producto o servicio a largo plazo con el fin de ser competitivos.
- Adopción de nuevas ideas: El contexto cambiante nos obliga a adoptar filosofías nacientes y a estar a la par de los nuevos retos que nos presenta, el liderazgo es fundamental en esta etapa, para asumir responsabilidades y adaptarse al cambio.
- No inspección: Está actividad en masa, quedó en el pasado. Ahora la calidad debe estar presente en la creación de cada producto y no en su valor total, comenzando así a constatar que cada etapa del proceso se encuentra en correctas condiciones.
- Adiós competencia de precios: Que la competitividad de un producto se base en su precio ya no es rentable, ahora los clientes son más exigentes en cuanto a calidad y están dispuestos a pagar lo que sea con tal de obtener el producto ideal para sus necesidades.
- Entrenamiento en el trabajo: Los conocimientos deben ser compartidos entre supervisores y trabajadores, también ser amplios para poder evaluar destrezas y habilidades adquiridas.

- Adoptar el liderazgo: La supervisión muchas veces es confundida con control extremo, esto solo logra ejercer presión negativa en el trabajador si es mal aplicada. Por eso se recomienda que solo sea aplicada a lo sistemático y que lo relacionado con recursos humanos sea realizado mediante liderazgo, empoderando la importancia de trabajo de cada integrante y fomentando su participación en equipo.
- Dejar el miedo a actuar: El temor es algo que siempre está presente en cada una de nuestras actividades, sobre todo si estas son importantes y determinantes en una cadena de producción. Aun así, no debe ser motivo para limitaciones. Si deseamos lograr un excelente resultado, es necesario dejar los miedos atrás y ser seguros de cada decisión, para esto el papel del liderazgo en la administración es imperante, ya que se vuelve un apoyo y fuente de confianza para los trabajadores.
- No barreras interdepartamentales: Los procedimientos, normas, problemas, etc de cada área, deben ser de conocimiento general en todos los departamentos de una empresa, esto con el fin de promover la cooperación y prevención de problemas, construyendo así un sistema de trabajo basado en un alineamiento estratégico.
- Eliminar metas que no tengan un método para lograrlas: Muchas veces se toman como objetivo ciertas frases como: “cero defectos”, estas a primera vista pueden parecer ideales, sin embargo, al no contar con un plan previamente analizado para lograrlo, se vuelven obsoletas. Es recomendable orientar al trabajador en base a acciones anticipadas y guiadas.
- No estándares ni metas numéricas: Al priorizar cantidad sobre calidad, garantizamos la ineficiencia. Plantear estándares solo asegura que una determinada cantidad de productos estén en buen estado mientras que otro porcentaje siempre termina defectuoso. En cuanto a las cuotas numéricas, la ganancia por cantidad no asegura que el proceso mejore. Es por eso que se debe analizar y proponer mejoras mediante liderazgo.
- Eliminar obstáculos que no permitan que el trabajador sienta satisfacción: El reconocimiento por un trabajo bien realizado es la mayor satisfacción que puede poseer un trabajador, por eso es importante eliminar cualquier impedimento que no permita que esto ocurra.
- Implementación de programas de autodesarrollo: Poner en marcha instrumentos de capacitación para los trabajadores resultará conveniente para ambas partes, por un lado, el personal adquirirá mayores conocimientos y por otro eso lo aplicarán en los procesos, mejorando notablemente los resultados.

- Involucrar a todos en la transformación: Cultivar una cultura de cooperación en base a liderazgo, autoconocimiento y enfoque en objetivos, nos ayudará a construir una estructura de calidad para que se encuentre en la capacidad de autogobernarse sin necesidad constante de la presencia de un líder.

2.2.1.3 Mejora Continua:

Junto con la calidad total, se comienza a aplicar también el concepto de mejora continua, también conocido como “Filosofía Kaizen” el cual se desarrolla a través de la detección de oportunidades, adquisición de conocimiento relacionado y uso de tecnología. La aplicación de este concepto se basa en la disciplina y cambio de dirección empresarial hacia la generación de una ventaja competitiva que permita una larga vida en el mercado. La fuerza que ha ido tomando se debe a la fuerte competencia local y global, tomando como principales fuentes el factor humano y su capacidad de orientar sus acciones directamente al cliente, al mercado y a la productividad de los procesos. Según (Kaizen, 1996) la mejora continua está enfocada en dirigir la acción concreta hacia la perfección, sin embargo (Deming, 1989) menciona que la perfección nunca se logra, pero siempre se tiene que buscar. (Gallegos, 2007) afirma también que a pesar que los trabajadores y gerentes sientan o piensen que sus resultados son excelentes, siempre habrá algo que mejorar, alguna nueva propuesta diferente de hacer mejor las cosas propiciando la innovación empresarial. Mientras que, desde un punto de vista más geopolítico, la mejora continua es el camino entre un país en vía de desarrollo hacia un mundo globalizado (Kabboul, 1984).

Varios son los autores que coinciden en que son 03 las características de la mejora continua: Incremental, porque está en constante búsqueda de la perfección, Continuo porque tiene que ser constante en el tiempo para ver resultados y Participativo porque involucra a aspectos humanos, técnicos, materiales y abstractos en una empresa.

2.2.2 Satisfacción:

(Kotler y Keller, 2012) definen a la satisfacción como el conjunto de sentimientos de conformidad que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto o resultado contra las expectativas que se tenían, mientras que para (Oliver, 1997) es aquella sensación que obtenemos al acudir a un establecimiento a adquirir un elemento tangible (producto) o uno intangible (servicio) con el fin de saciar un deseo y por consiguiente sentirse conforme con lo recibido. A diario, las personas nos relacionamos con las demás en base a procesos de compra y venta, al pagar un viaje, una pensión de colegio, comprar

algo de comer, ir al cine, etc. Estas actividades por muy simples que parezcan, llevan detrás todo un proceso de aplicación de estrategias que tiene el único fin de satisfacer una necesidad. No nos damos cuenta, pero absolutamente todo lo que adquirimos, solo busca generar valor en ambas partes: satisfacción y utilidades. Desde un punto de vista sensitivo, se podría decir que la satisfacción se basa en la obtención de un estado emocional que se produce en respuesta a la evaluación de un producto o servicio.

Nadie discute que las necesidades en las personas varíen entre ellas, al ser una experiencia fruto de la comparación entre lo esperado y lo obtenido, la satisfacción está sujeta a expectativas, necesidades, deseos, sentimientos y emociones. Es por eso que su importancia y logro son muy esenciales en la vida de una empresa o institución ya que su logro está muy relacionado a la calidad que puedan lograr. Desde su origen en la edad media, los comerciantes se esforzaban por brindar una experiencia cómoda a sus clientes, solo para que estos regresen en el futuro. Es a partir de 1950, que comienza a tomar fuerza en el campo de la administración y del estudio de mercado, ya que se comenzaban a desarrollar nuevas teorías sobre la importancia del cliente y su bienestar, por eso su interés comienza a surgir en las empresas y organizaciones.

Kotler y Armstrong, dos expertos en marketing, afirman que la satisfacción es el nivel de ánimo resultante de la comparación entre expectativas y el rendimiento percibido. Una de sus características es la dinamicidad, ya que abarca conceptos de dimensión, indicador, fin u objetivos de alguna intención. Para (Parasuraman y otros, 1991) la satisfacción es la brecha entre el servicio que se espera y el que se obtiene, por lo que mientras más grande sea la diferencia, menor será el nivel de satisfacción, mientras que para (García, 2016) la satisfacción no solo abarca obtener un buen nivel de este, sino engloba la forma en cómo se obtiene, los procesos que se realizaron, los estándares previamente planteados y las actividades correctamente realizadas.

La satisfacción, tal y como lo plantea (Loli & Del Carpio, 2014) está íntimamente relacionada con la calidad del servicio, dándonos a conocer lo importante que es mantener un alto grado de satisfacción y la percepción del cliente o usuario. En todas las instituciones y empresas es importante tener en consideración lo importante que es que el personal cuente con los conocimientos, habilidades y experiencias necesaria para poder satisfacer necesidades y así brindar un servicio de calidad.

Son 03 los elementos que conforman la satisfacción del cliente y/o usuario:

- Rendimiento percibido o percepciones:

Es el estado presente en el que se encuentra un cliente / usuario después de haber adquirido un producto o utilizado algún servicio. Aspectos como la opinión de terceros, estado de ánimo y punto de vista, influyen mucho en el rendimiento percibido.

- Expectativas:

Este término ha sido utilizado en variados campos de estudio, en el campo de la psicología se utilizó para hacer análisis motivacionales de conductas; mientras que en la literatura se definieron como creencias generalizadas sobre un objeto social (Escoriza J. , 1985). El proceso de compra o de toma de un servicio tienen variadas etapas, en base a estas podemos definir diferentes tipos de expectativas, por ejemplo: Antes de adquirir un producto, tenemos una expectativa tangible, es decir, lo que esperamos obtener. Sucede lo mismo con los servicios, siendo la diferencia la expectativa intangible. Estas 02 las podemos asociar con la cognición y lo afectivo ya que ambas se encuentran en los dos tipos de expectativas mencionados anteriormente. El conocimiento previo sobre un producto serían las expectativas tangibles-cognitivas que luego pasarán a ser afectivas, ya que la experiencia definirá el nivel de satisfacción relacionado. Lo mismo aplica para las expectativas intangibles-cognitivas.

- Valor: Es un elemento que permitirá evaluar al cliente y/o usuario si lo que se obtuvo valió la pena, por ende, son solo ellos los que determinarán el valor real de un producto o servicio. Una empresa o institución que logra comprender lo que sus clientes valoran, es una empresa que tendrá la capacidad de mejorar la experiencia de compra. El valor radica en la diferencia entre lo que se obtiene al usar un producto/servicio y el costo de obtenerlos.

Por otro lado, (Schneider y otros, 2000) plantean 3 tipos de necesidades en los clientes mediante las cuales se pueden alcanzar la satisfacción plena:

- Autoestima: Para las empresas de servicios o instituciones, la oportunidad de realzar la autoestima del usuario o cliente es otorgando soluciones, respuestas y resultados que se hayan establecido como resultado de un proceso personalizado, teniendo en consideración que cada persona tiene problemas particulares y una historia personal.
- Seguridad: El cliente no se sentirá amenazado, si percibe que la institución lo protege de perjuicios económicos o físicos. Generalmente es una necesidad que pasa desapercibida y que solo surge en el momento en que comienzan los problemas, para esto, debe ser la misma empresa o institución la que anticipe y prevea estas dificultades.
- Justicia: En una relación empresarial (cliente-empresa) surgen ciertos derechos y deberes de ambas partes, los cuales se basan en la reciprocidad. Constantemente se reconoce la inversión y esfuerzo que realizan las instituciones en cumplir con sus

clientes, pero también hay que pensar en la inversión de tiempo y esfuerzo que realizan los clientes o usuarios al acudir para obtener un servicio.

A pesar de los 03 puntos antecedentes, no podemos asegurar que exista satisfacción plena del todo, ya que muchas veces no solo depende de la calidad otorgada sino también de las expectativas de los clientes o usuarios, las cuales nos siempre son altas.

Se pueden dar casos en los que veamos un nivel de satisfacción relativamente alto, sin embargo, si nos ponemos a profundizar las razones, nos encontraremos que las expectativas de los usuarios son bajas, es por eso que puede estar satisfecho recibiendo una atención o un producto deficiente.

No obstante, existen algunos factores externos que se tienen que tomar en cuenta para alcanzar la satisfacción:

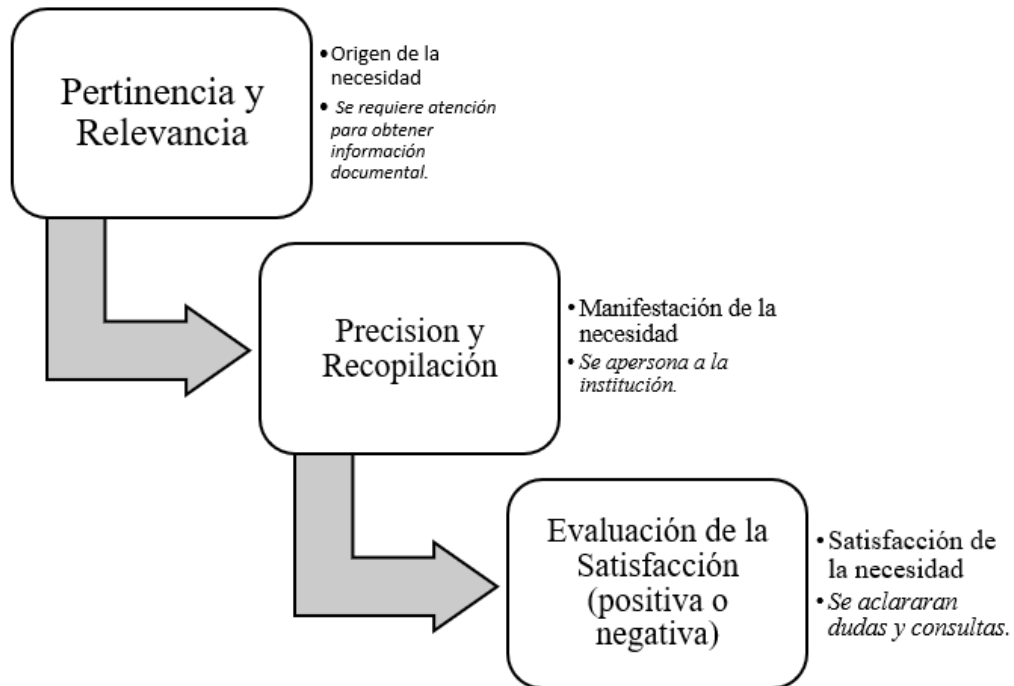
1. Con respecto al servicio, asuntos como la disponibilidad, costo, accesibilidad y calidad, influyen fuertemente en la obtención de satisfacción.
2. Con respecto al usuario, se tienen elementos como la madurez y experiencia, especialización en lo que busca, propias impresiones u opiniones de terceros.

Para otorgarle valor a la satisfacción es necesario medirla en base a indicadores, (Mostert,1989) nos presenta el siguiente proceso para poder realizar la medición:

- Relevancia y Pertinencia: Elegir un instrumento de medición y definir los puntos bajo los cuales se evaluará.
- Precisión: Determinar el lugar, hora, forma en la que se aplicará este instrumento en la población a evaluar.
- Recopilación: Procesar datos para obtener resultados e identificar en qué aspectos se encuentra la insatisfacción en nuestra unidad de estudio.
- Evaluación de la satisfacción: Presentar conclusiones y recomendaciones, al mismo tiempo, desarrollar estrategias nuevas para replantear los servicios existentes.

Figura 2

Pasos de la obtención del nivel de satisfacción del servicio



Fuente: Elaboración propia.

A pesar de estas iniciativas de estudio para evaluar la satisfacción, existen autores que desde su punto de vista hacen una crítica a los métodos planteados. Consideran que muchas veces los encuestadores enmarcan los límites de la opinión de los usuarios, influyendo en la libertad de compartir su propia experiencia; opinión que también se ve influida gracias a factores externos e internos. Debido a esto se concluye que la satisfacción es un tema que presenta varias aristas y es un dilema poder definir una solución exacta para obtenerla en las instituciones y empresas ya que representa un desafío para gerentes, trabajadores y usuarios. Sin embargo, la podemos tomar como una brújula en la búsqueda de la excelencia de servicio.

2.2.2.1. Satisfacción en Usuarios y Clientes

El éxito de una empresa en el mercado depende de su presencia e influencia en este, es por eso que el cliente actualmente es considerado como un activo, siendo responsabilidad de la alta gerencia su respectiva atención para la correcta percepción de sus necesidades y el eficiente

destino de recursos hacia ellos. (Thompson, 2009) define a los clientes como las personas o empresas que adquieren voluntariamente un servicio o producto que necesita, ya sea para el mismo o para destinarlo a otras actividades comerciales. Son el motivo principal por el cual se diseñan, crean y venden productos o servicios y constituyen el factor central de la estrategia de negocio. Esto no siempre fue así, a lo largo de la historia la importancia de los clientes fue evolucionando, siempre adaptándose a las necesidades de cada época. En la era preindustrial, ser cliente era tener exclusividad, puesto que las escasas empresas que existían en ese entonces vendían sus productos a precios muy altos porque la producción no era alta, no se tenía tecnología y no había eficiencia en sus actividades. Es por eso que la gente que podía acceder a comprar un producto, solo eran los más adinerados de esa época.

Con la llegada de la revolución industrial, comienzan a surgir conceptos como la productividad, eficiencia, eficacia y calidad, todos enfocados en mejorar la experiencia del cliente en sus compras. A partir de 1950, el papel del cliente toma fuerza y se desarrollan nuevos conceptos e ideologías debido a su importancia. Se desarrollan nuevos conceptos como gestión de calidad y servicio post-venta, los cuales se convierten en herramientas para que las empresas resalten en lo competitivo que se va volviendo el mercado. La tecnología se fue desarrollando durante todos esos años, poco a poco, pero es a partir de 1990 donde toma relevancia para las empresas, puesto que el origen del internet comienza a otorgar el poder de la información a los clientes y la facilidad de hacer negocios online. Actualmente los clientes se encuentran empoderados, la innovación es una de las oportunidades para empresas de hacer frente a sus necesidades y exigencias, pero no todo son obligaciones sino también herramientas, el fortalecimiento del empoderamiento del cliente puede ayudarnos a obtener su lealtad, característica mediante la cual se puede crear una relación perdurable en el tiempo que alargue el ciclo de vida de cada empresa. En pocas palabras, representa una herramienta estratégica que permite crear valor que nos diferenciará de los competidores (Solórzano, 2013)

Los usuarios también presentan el mismo poder actual que tienen los clientes, su autonomía juega bastante a favor y en contra de un organismo. Son todas las personas que utilicen un servicio o que de algún modo tengan una relación con la institución, y no necesariamente un usuario siempre es una persona, también pueden ser empresas e incluso otras organizaciones. De cualquier forma, todos deben ser considerados “clientes” ya que se busca que se satisfagan necesidades y expectativas. De hecho, en las instituciones públicas son la razón de ser, el eje central de la actividad, su éxito se determina en base a la satisfacción de estos. Solo se logrará este objetivo siempre y cuando las instituciones actúen legítima, eficaz y cordialmente con cada

persona, esto no es tan fácil como parece, ya que los usuarios presentan características inherentes tales como:

- **Diversidad:** Dependiendo de la institución, los usuarios varían en términos de edad, género, nivel socioeconómico y cultura. Para poder enfrentar estas diferencias, las instituciones deben adaptarse a la diversidad para poder brindar una atención adecuada.
- **Vulnerabilidad:** Muchas instituciones son creadas para ayudar y guiar a grupos de personas vulnerables tales como: mujeres que han sufrido maltrato, personas con alguna enfermedad en común, niños en situación de abandono y adultos mayores. Para cada uno de estos se debe brindar una atención especial y enfocada en las necesidades de cada segmento.
- **Expectativas y participación:** Si bien es cierto que las personas que acuden a una misma institución van por temas en común, la expectativa de cada uno es diferente ya que han tenido diversas experiencias, necesidades y formas de vida. Es por esto que debe existir compromiso de parte de las instituciones públicas para satisfacer la expectativa de cada uno en particular. También se pueden aprovechar estas diferencias de manera positiva, buscando la participación de cada uno en las mejoras institucionales, de forma que se crean objetivos ricos en diversidad y formas de lograrlos.

Según (D'elia & Walsh, 1984) los usuarios acuden a una institución para satisfacer 04 objetivos: Sus necesidades que vendrían a ser la razón por la cual piensan en acudir a alguna institución, el deseo, que es lo anhela obtener, la demanda hecha es la petición ya realizada y por último la utilización del servicio obtenido.

Este enfoque de la importancia del usuario en las empresas, ha dado origen al interés de su estudio en las instituciones públicas, profundizando las teorías y enfoques. Uno de los más resaltantes es como las instituciones públicas pueden obtener ventaja competitiva a través de las interacciones con los usuarios.

2.2.3 Modelo de Calidad Service Performance (SERVPERF)

En 1992, Cronin y Taylor desarrollaron el modelo SERVPERF (Service Performance) basándose en el cuestionario SERVQUAL y en las apreciaciones negativas que tuvo, como por ejemplo, la confusión que puede crear el instrumento al evaluar dos veces con cuestionarios similares y bajo la premisa de “La calidad de servicio es lo que el cliente percibe del nivel de desempeño del servicio prestado” por ende, el SERVPERF solo está enfocado en percepciones de los usuarios y ya no en sus expectativas, es decir, se aplica solo 01 vez después del servicio

realizado. El SERVPERF mantiene aún las 05 dimensiones y 22 de los 44 ítems del SERVQUAL. Inicialmente su valoración se distribuía en una escala Likert de 07 puntos (Totalmente en Desacuerdo, Muy en Desacuerdo, En desacuerdo, Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo, De Acuerdo, Muy de Acuerdo, Totalmente de Acuerdo) sin embargo, en años posteriores se implantó la misma escala pero con un rango de 05 puntos de valoración:

Tabla 1

Escala Likert mediante el uso de 05 escalas

- 1. Muy En Desacuerdo	- 1. Muy Insatisfecho
- 2. En Desacuerdo	- 2. Insatisfecho
- 3. Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	- 3. Indiferente
- 4. De Acuerdo	- 4. Satisfecho
- 5. Muy de Acuerdo	- 5. Muy Satisfecho

Fuente: Elaboración propia.

Actualmente, la escala se ha extendido hasta 11 puntos de valoración (Bellizi y otros, 2020). Su puntuación se obtiene mediante la suma de los niveles de percepción evitando el cálculo de la diferencia entre expectativa y desempeño. Así, la calidad del servicio será tanto más elevada, en cuanto mayor sea la suma de dichas percepciones, de sus puntuaciones. Es un cuestionario que puede ser adaptado a necesidades de medición de un grupo es específico. y como una de las ventajas más importantes que posee, es que, requiere de un menor tiempo de obtención y procesamiento de datos, así como también el estado real de la percepción de un grupo de personas en torno a una institución, en pocas palabras es rápido, claro y sencillo. Las dimensiones que lo conforman son las siguientes:

1. Elementos tangibles:

Como su nombre lo indica, engloba a todos aquellos elementos que se pueden percibir físicamente al momento de recibir el servicio, como, por ejemplo: infraestructura, apariencia física de los trabajadores y recursos materiales o tecnológicos utilizados en la atención. Hoy en día varias son las empresas que han comenzado a mejorar su reputación en base a sus elementos tangibles, muchos hemos

sido testigos de cómo diseñan ciertas instalaciones en relación al rubro u objetivo de negocio que tengan, por ejemplo: muchas jugueterías diseñan sus espacios interiores con colores y dibujos alegres, contratan personas para que se disfracen de algún personaje animado, etc.; algunos restaurantes de comida rápida han optado por instalar videojuegos para que su público (generalmente joven) se sientan atraídos por lo innovador e ingresen para vivir la experiencia. En las instituciones públicas como es la del caso de estudio, sus instalaciones no necesariamente tienen que ser las más atractivas, lo necesario es que sean amplias, cómodas y adaptadas al servicio que realizarán las grandes cantidades de personas que suelen atender diariamente.

2. Confiabilidad / Fiabilidad:

Según (Rezaei y otros, 2018) la fiabilidad es la habilidad de lograr un servicio seguro, oportuno y preciso, el cual se obtiene mediante un buen desempeño y del compromiso de cada empresa. (Acuña, 2003) nos presenta un concepto desde un punto de vista operativo, define a la confiabilidad como la probabilidad de que un producto se desempeñe satisfactoriamente cumpliendo con su objetivo durante un tiempo que ha sido diseñado y en las condiciones que fueron especificadas. Es decir, para una institución pública que genera información, debe ser crucial consolidar la credibilidad en su actuación de tal modo que la sociedad no pierda la fe en sus procedimientos y sobre todo en sus resultados.

3. Capacidad de respuesta

(Druker, 1990) la define como la disposición que se muestra para ayudar a los clientes y para proveer un servicio rápido; están incluidos también los compromisos con su cumplimiento a tiempo, y el nivel de accesibilidad que tiene la organización para la comunicación con los clientes o usuarios. En otras palabras, es la disposición de ayuda que deberían poseer los prestadores de servicios para satisfacer una necesidad, se considera muy importante especialmente en instituciones públicas ya que son una prueba del nivel de preparación del personal frente al reconocimiento de necesidades y de otorgar soluciones a la población. (Cottle, 1991) realiza un enfoque conceptual: “La capacidad de respuesta es la actitud que se posee y demuestra para ayudar clientes y otorgar un servicio más rápido”. Este concepto otorga especial atención al “tiempo de atención”, si durante ese lapso, se obtiene una respuesta concreta, clara y suficiente para absolver consultas podría decirse que se posee un alto nivel de capacidad de respuesta, convirtiéndose así en más que un concepto, una competencia organizacional que debería

estar presente en todos los trabajadores de la entidad para que así se logre de manera estratégica el cumplimiento de la misión y visión organizacional.

4. Seguridad

Al hablar de seguridad se relaciona prioritariamente al contexto peruano y al estado crítico en el que se encuentra. Sin embargo, para fines de esta tesis, se tratará a la seguridad desde un punto de vista más abstracto y relacionado a la información. Como todos sabemos las instituciones públicas peruanas manejan grandes cantidades de información que tienen gran efecto en la ciudadanía, es por esta razón que resulta imperante la confidencialidad e integridad en cada proceso realizado. Actualmente son bastantes las instituciones públicas y privadas que han creado una serie de acciones prediseñadas con el fin de que los procesos productivos o de servicios no afecten a la integridad física y emocional de sus clientes, usuarios e incluso trabajadores. Todo esto nos lleva a relacionar un alto nivel de seguridad con el concepto de calidad, por ejemplo (Simón y otros, 2017) denomina a ambos conceptos como “ambivalentes”, ya que ambos muchas veces se usan en reemplazo del otro, y a su vez en el proceso de mejora, también comparten los mismos costes, por ende, al invertir en mejorar uno, se estaría repercutiendo indirectamente en el otro.

5. Empatía

(Roca, 2003) define a la empatía como la habilidad de ponernos en el lugar de otro y de considerar sus puntos de vista, sentimientos y emociones en determinado instante de tiempo. Considerando que el concepto de este término toca aspectos tan importantes como son los emocionales en el ser humano, el cuestionario SERVPERF lo implementa desde un punto de vista institucional, definiendo a la empatía como el nivel de atención individualizada, capacidad de mostrar atención y sobre todo sincera preocupación hacia a los usuarios, ya que hacerlos sentir escuchados es necesario para ofrecer una experiencia única y ganar su confianza. La comprensión de las necesidades en los usuarios, administrada en el momento adecuado, define el rendimiento percibido. Asimismo, la práctica de este ayudaría en la mejora de otras competencias organizacionales también tales como: la comunicación, asertividad y receptividad. La práctica en conjunto de estos conceptos caracterizaría a la organización por su excelente escucha activa para con sus usuarios.

Se concluye que el cuestionario SERVPERF, a pesar de que utilice las mismas dimensiones que el cuestionario SERVQUAL, hace hincapié en las percepciones del grupo a

analizar, lo cual resulta muy importante por su practicidad y profundidad en este aspecto. Sus ítems y dimensiones pueden llegar a reflejar el estado de un servicio de una manera precisa.

2.2.3.1 Percepción del usuario:

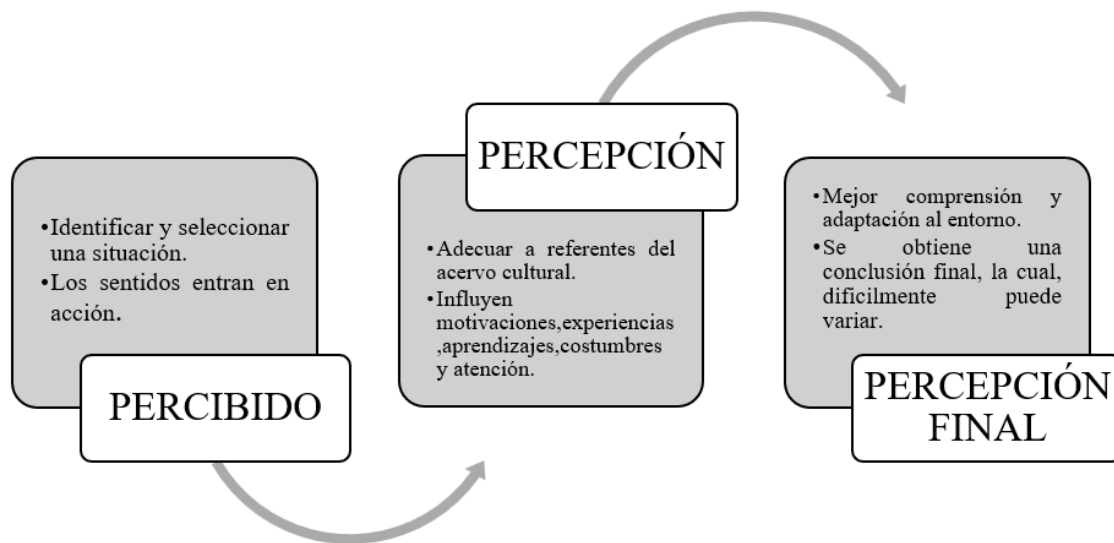
(Oviedo, 2004) señala que la percepción es la primera impresión que se obtiene de un objeto tangible o intangible a través de los sentidos humanos, mientras que (Sanchez et al., 2014) agrega la palabra “comprensión” al proceso de obtención y análisis de lo percibido por los sentidos. Entonces, se puede decir que la percepción es la elaboración de juicios propios en base información sensorial recibida obtenida a través de interacciones, la podemos clasificar como un proceso cognitivo. En pocas palabras es como sienten y piensan los usuarios respecto a un organismo.

Desde un punto de vista interno, con un enfoque consciente el experto en psicología cognitiva Ulric Neisser, lo denomina como un proceso activo- constructivo en el que con la información archivada en la mente se construye un escenario anticipatorio que permitirá aceptar el nuevo estímulo o defraudarse. Mientras que desde una perspectiva inconsciente y un enfoque más ecologista se le considera como un proceso simple y natural que solo surge con un estímulo externo que no requiere de un análisis interno o externo, sólo surge en función a una situación por la que se esté atravesando.

En el transcurso de la percepción influyen factores culturales e ideologías que transforman nuestra experiencia, entre todas ellas, se encuentra el reconocimiento. Un proceso mediante el cual se hace un rápido recuento de toda la información contenida respecto a un tema, para luego comparar y aplicarlo a la nueva experiencia y así tener un enriquecimiento de la percepción. Para una explicación más clara, se tiene el siguiente cuadro:

Figura 3

Proceso de la percepción



Fuente: Elaboración Propia

Con acervo cultural nos referimos a todo conjunto de tradiciones y valores que se han ido acumulando en cierto periodo de tiempo, por lo tanto, toda percepción es relativa a la situación actual y temporal, a la influencia de factores externos e internos que la vuelven cambiante y de las nuevas experiencias, las cuales se toman para interpretarlas, modificarlas y adaptarlas en base a lo que se necesite.

La lista de criterios planteada por (Morris & Maisto, 2011) influyen también en la creación de una propia percepción:

1. Personalidad: Conjunto de factores individuales caracterizados por la forma de pensar, actuar, comprender y percibir el entorno, determinados muchas veces por la herencia y el medio en donde se desarrolla. Bajo este concepto, la personalidad toma el papel de influenciador en el constructo de percepción.

2. Valores: A las características emocionales que posee cada persona, ya sean cualidades, virtudes o defectos, se le denominan valores. Elementos intangibles que nos caracterizan y guían nuestras acciones y formas de pensar. Este elemento es un fuerte en la construcción de la percepción, ya que el resultado obtenido estará sujeto a los valores practicados.

3. Motivación: La voluntad con la que se actúa para conseguir determinados objetivos, es la motivación. Nos mantiene orientados hacia una meta o satisfacción de una necesidad. Ahora bien, esta búsqueda de satisfacción da forma a la percepción. La percepción toma el papel de encaminador de motivación para alcanzar un objetivo.

4. Cultura: Es considerada como el conjunto de características y elementos que son propios de una comunidad humana, los cuales se transmiten de generación en generación y van tomando nuevos cambios, teniendo un cambio constante y evolucionante. La cultura es un fuerte influenciador en la percepción de un grupo de personas en torno a determinados temas, generalmente estas percepciones variarán en personas que no compartan algo cultural. Las personas actúan y ven el mundo en base a sus percepciones y no a la realidad, esto podría ser determinante para el modo de actuar de empresas e instituciones, debido a que muchas veces se cree que conociendo a profundidad el contexto en el que nos encontramos, se logrará conocer al cliente, sus necesidades y al modo de satisfacerlas. Sin embargo, la forma correcta de lograr las acciones antes descritas, es conociendo sus propias percepciones ya que son estas las que influyen directamente en sus acciones.

5.1 Elementos de la percepción:

1. Selectividad:

A diario, las personas están expuestas a una gran cantidad de estímulos, sin embargo, son ellas mismas quienes deciden cuales rescatar y cuáles no. Esta selección ocurre gracias a la experiencia y a la motivación. La experiencia es lo que se está acostumbrado a ver y lo que se espera ver, mientras que la motivación son los deseos y necesidades que requerimos satisfacer. Dentro de la selectividad se encuentran 04 pasos para realizarla:

- **Exposición Selectiva:** Se dice que los consumidores y usuarios optan por empresas que les parezcan agradables y que con sus mensajes afirmen que tomaron una buena decisión al comprarla.
- **Atención Selectiva:** De forma subconsciente, se suprimen algunos estímulos y solo se toman aquellos estímulos que satisfacen sus deseos y necesidades. Esta atracción es muy variable entre ellos, algunos optan por estímulos relacionados al precio, otros con la calidad, otros con la marca y otros en base a referencias y experiencias.
- **Defensa Perceptual:** El bloqueo de estímulos ocurre comúnmente sin que nos demos cuenta. Los estímulos que creamos que no van con nuestras necesidades, tienen menos probabilidad de ser atendidos por nosotros.

- Bloque perceptual: Se habla de este tipo de bloqueo cuando “cortamos” el medio mediante el cual el estímulo llegará a nosotros, por ejemplo, cuando cortamos un anuncio de YouTube, o cuando apagamos la televisión o computadora. Al final, está en nuestras manos vernos influenciados con estos estímulos.

2. Organización perceptual:

Los estímulos a los que se está expuesto, no se interpreta de forma general, se agrupan en base a sus características para percibirlos como un total unificado. De este modo, los estímulos ya no son evaluados singularmente, sino en relación a su totalidad. Este concepto está íntimamente relacionado con el concepto de la Terapia de Gestalt, la cual plantea que siempre un total es mucho más que la suma de todos sus componentes, es decir, es totalmente diferente la suma de partes al resultado total de esta suma. Este concepto resulta ventajoso al momento de evaluar y mejorar la actividad de una institución, ya que aporta equilibrio a las relaciones humanas existentes mediante un estudio de sus actividades y su conducta dentro de esta. La importancia de este análisis se justifica en base a la impredecibilidad que pueden presentar algunos comportamientos debido a las necesidades cambiantes del entorno y por ende, de las personas. Junto con la psicología organizacional, se puede estudiar y evaluar a la fuente de enriquecimiento empresarial, el personal; mediante el interés de conocer sus deseos, necesidades, ideas y comportamientos.

Es posible para una institución lograr que cada trabajador, ordene sus ideas, metas y tareas, en función a la consecución de metas y a la excelencia de sí mismo. En base a esto, podríamos considerar a la Gestalt como una herramienta base en el desarrollo personal del colaborador.

3. Interpretación Perceptual

Al igual que la percepción, la interpretación es única e individual, también se basa en los estímulos para emitirse, sin embargo, estos a veces resultan ser muy ambiguos y en estos casos se suelen adaptar los estímulos a las necesidades que se posee, pero teniendo en cuenta los estereotipos y la apariencia física de lo a evaluar. Fuera de eso, es el último paso del proceso perceptual el cual trata de dar sentido a los estímulos seleccionados y organizados.

2.2.4 Modelo de Satisfacción América Customer Satisfaction Index (ACSI)

The American Customer Satisfaction Index es un indicador desarrollado en 1994 por Claess Fornell , para instaurar, en sus inicios, el nivel de satisfacción de la población estado unidense con los productos y servicios públicos recibidos. Surge a partir del modelo Swedish Customer Satisfaction Barometer (SCSB), siendo su principal diferencia la calidad percibida como el mayor índice de la satisfacción y la incorporación del indicador “Valor”. Inicialmente, fue un cuestionario telefónico en el que se evaluaban 04 grupos de indicadores:

- Satisfacción a nivel nacional
- Satisfacción en 10 sectores económicos determinados
- Satisfacción en 43 industrias determinadas
- Satisfacción en 200 empresas y agencias gubernamentales.

El modelo ACSI se le puede clasificar como un modelo de causa y efecto dividido en 03 áreas diferentes:

En el área del lado izquierdo consta de 03 componentes:

1. Expectativas: Las expectativas son un concepto presente en varias ramas de estudio, su primera aplicación teórica fue en las teorías de motivación psicológicas. (Escoriza, 1985) mencionó que es la anticipación de eventos y resultados futuros mientras que (Navas L. , 1990) las propone como creencias comunes sobre un objeto social. Actualmente se encuentran en áreas como economía, derecho y administración. Para efectos de la presente investigación, se tomó la definición administrativa que consiste en todo lo que un cliente o usuario espera de una empresa o institución en términos de calidad de producto y servicio. Este concepto se desarrolla teniendo en cuenta experiencias previas, opiniones de terceros e información relacionada.

Para evaluar la experiencia de usuarios en torno a sus expectativas se desarrollan 03 categorías:

- Usuario Satisfecho: Esta experiencia se da cuando el usuario obtiene lo que aspiraba, es decir, satisface sus expectativas y además recibe un valor no esperado pero que termina siendo valioso en la práctica.
- Usuario Insatisfecho: Es el resultado de la diferencia entre expectativas y percepciones o la experiencia que obtuvo realmente. En teoría, no obtuvo lo que pensaba.
- Usuario Indiferente: Es la consecuencia de otorgarle al usuario lo que buscaba, sin embargo, al no agregar un valor especial, la percepción de ellos hacia la institución es indiferente.

Dentro de estas categorías podemos encontrar 02 tipos de expectativas: básicas y diferenciadas. A aquellas que se satisfacen cumpliendo lo mínimo que espera el usuario son las básicas. Obteniendo como resultado usuarios indiferentes, caso contrario ocurre con las diferenciadas siendo aquellas que logran que al recibirlas los clientes sientan algo especial teniendo como resultado usuarios satisfechos. Actualmente, las empresas y organizaciones buscan dejar las expectativas básicas y enfocar sus acciones en las expectativas diferenciadas.

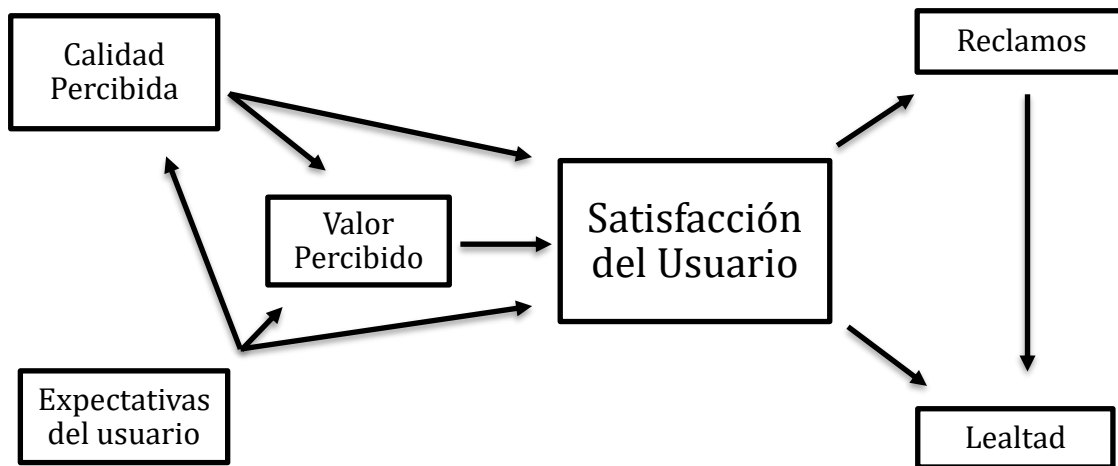
2. Calidad Percibida: Tal como se mencionó en líneas anteriores, la satisfacción del usuario esta influenciada por la discrepancia entre las expectativas del cliente y la percepción de la calidad percibida del servicio, la que puede ser determinada por los componentes: fidelización y personalización.
3. Valor Percibido: Es una evaluación subjetiva que realizan los usuarios sobre los beneficios y la utilidad que obtienen de un servicio en relación con el costo o esfuerzo que deben invertir para obtenerlo. Influye en la percepción general de los usuarios y tiene un impacto en la satisfacción del cliente y a su vez en la lealtad y el comportamiento de compra.

El área central consta de un solo componente:

1. Satisfacción del Usuario: Su valoración es resultado del promedio de los 03 componentes anteriores y se manifiesta en los 02 consecuentes siguientes ubicados en el lado derecho.
 - Quejas: Como expresión de insatisfacción, las quejas resultan negativas para un buen resultado, sin embargo, podemos obtener de estos algunos beneficios que ayudarán en acciones futuras del organismo. Con una buena gestión de las quejas, se pueden abordar problemas y soluciones de una mejor manera, es decir, nos ofrecen una oportunidad de recuperación junto con una retroalimentación en la que se podrán detectar brechas para tomar las respectivas medidas correctivas y preventivas.
 - Lealtad: La lealtad es el fin de la satisfacción, su relación es de influencia mutua en base a vínculos emocionales que se crean cuando los usuarios están satisfechos con los servicios recibidos. En un contexto de producto/cliente la lealtad es un momento crítico en el modelo ya que determinará la rentabilidad, es nuestro caso de estudio, determinará la confianza de los usuarios hacia la institución.

Figura 4

Modelo ACSI



Fuente: Índice Americano de Satisfacción al Cliente (ACSI).

Es actualmente muy reconocido por su objetivo de generar información exacta y completa en la medición de la satisfacción al cliente y también la confianza en relación a las instituciones gubernamentales (Martínez, 2008), esto es resultado de un constante proceso de cambios que se realizaron los investigadores de ACSI al adaptar y ampliar el conjunto de organizaciones de su cartera junto con las premisas de intención de compra, tolerancia al precio y relación precio/calidad las cuales no son importantes para instituciones públicas. Como nuevas premisas ingresaron aquellas que logran la confianza en el organismo público: nivel de recomendación otorgado al servicio, nivel de expectativas satisfecho y valoración establecida. Como se mencionó con anterioridad, el modelo ACSI propone causas y consecuencias. Siempre que las correlaciones sean positivas se obtendrá la satisfacción que conlleva la lealtad, de lo contrario será insatisfacción evidenciada en reclamos, todo esto se plantea en base a que la satisfacción no se mide directamente, requiere de una serie de factores en el proceso (Cássia & Goncalvez, 2005).

2.2.5 Instituciones públicas

Dentro de la búsqueda del bien común en una sociedad, encontramos varios actores que conjuntamente participan en este objetivo, por ejemplo: autoridades, colectivos, empresas e instituciones públicas. Se podría decir que esta última tiene uno de los papeles más importantes en el proceso de obtener el bienestar común, ya que desde un punto de vista sociológico es el lugar al que acude constantemente un grupo de personas que buscan ayuda sobre un tema requerido (Plaza,2014), generalmente con el fin de generar un marco estructural para las relaciones individuo-sociedad y de prestar un servicio público. Estas actividades realizadas son vigiladas por el gobierno para asegurar de que se cumplan las leyes y se protejan derechos. En nuestro país hay una serie de instituciones públicas que se encargan de tareas específicas en administración pública, la gran mayoría se deriva de los ministerios que tienen la responsabilidad de elaborar y aplicar las políticas públicas en sus respectivos ámbitos.

5.2 Perspectivas de las instituciones públicas:

Existen 03 aspectos bajo los cuales las instituciones públicas deben actuar:

- Aspecto político-cultural: Toda institución pública debe enfocar sus actividades en beneficio de la sociedad, aplicando políticas de mejora englobadas en el contexto cultural de la población.
- Aspecto sociotécnico: Toda institución pública debe ser analizada por instrumentos diseñados exclusivamente para el objetivo final, asimismo, debe contar con una validación.
- Aspecto de control y mejora: Toda institución pública es propensa a verse alterada por acontecimientos o políticas externas y por cambios internos, es por esa razón que deben estar preparados y comprometidos al cambio.

Las actividades de las instituciones públicas se ven reflejadas en las siguientes dimensiones:

- Institucional: Para el correcto funcionamiento del organismo público es imperativo que todo el personal conozca sus funciones a la perfección y que sean conscientes de la importancia de estas. En este punto encontramos a los organigramas.
- Pedagógica: Engloba todo lo relacionado con la práctica educativa en instituciones, por ejemplo, procesos de aprendizaje, estrategias y materiales utilizados y recursos disponibles.
- Administrativas: Las acciones y estrategias tomadas al momento de ejercer actividades que requieran de personal, recursos, tecnología y políticas abarcan la dimensión administrativa. Siempre se debe priorizar la integración del personal entre sus semejantes.

- Comunitaria: Tomar en cuenta a la sociedad en la que recaerá los resultados del desempeño de cada institución, es el principal punto de esta dimensión. Las actividades que realizan los organismos públicos, ya sean positivas o negativas, siempre culminan cambiando la situación de una sociedad, a estas alturas es importante reconocer la responsabilidad que se tiene para con la población

2.2.6 Situación Actual de las Instituciones Públicas en el Perú

Actualmente las instituciones públicas peruanas no gozan de una buena reputación, la población considera como principal causa de esta situación al gran avance que tiene la delincuencia y a la corrupción a diario, así como también los considera como los problemas más graves que afectan a nuestro desarrollo y bienestar nacional (IPSOS, 2022) estos inciden directamente a la economía familiar, al desempleo y sobre todo reduce la confianza en la calidad de servicios públicos que se reciben.

Según un estudio realizado por el INEI sobre la percepción ciudadana en temas de gobernabilidad, democracia y confianza en las instituciones durante el último trimestre del año 2022, se obtuvieron negativos resultados en cuanto a confianza institucional, la única institución que resalta por su resultado positivo fue la RENIEC que obtuvo un resultado mayor a comparación del anterior estudio realizado. Las demás se mantienen en el lado negativo, siendo las más resaltantes el congreso de la república y los gobiernos regionales. Para evaluar la situación de la confianza institucional en el Perú se debe realizar bajo 02 condiciones: desempeño institucional y forma de actuar de su personal. En base a estas, se determina un aspecto muy importante en una sociedad democrática: la legitimidad institucional, la cual es definida, desde un punto de vista político, como el reconocimiento de parte de la población del poder que tiene el estado para crear y aplicar leyes. Es así como se puede deducir, que la legitimidad institucional es el reconocimiento positivo que tiene una población hacia una entidad que tiene la potestad de aplicar políticas, normativas y leyes.

Según (Choque y otros, 2018) los ciudadanos peruanos que realizan trámites en dependencias nacionales suelen terminar mortificados por los tiempos de espera, burocracias y tratos descortés que obtienen, por lo tanto, el tema de confianza institucional no conlleva netamente a un aspecto político, sino también está relacionado con el contexto en el que se desarrolla. Es aquí donde recae la importancia de ser constante en el logro de la calidad de servicio, con eficiencia y buena gestión se puede lograr obtener buenos indicadores de gestión, tal y como paso en el caso de la RENIEC. Esta institución anteriormente tenía bastantes quejas

sobre sus procesos, que por la naturaleza de su trabajo son bastantes y específicos, pero gracias a la estrategia de modernización que plasmaron, ya no presentan los problemas que tenían antes. Caso similar es el del Banco Central de Reserva, el cual ganó el premio a la mejor entidad pública del Perú en el año 2022, gracias a su gran cantidad de aprobaciones de parte de la población. Esto demostraría que no necesariamente todas las instituciones públicas son malas, hay algunas que sí gozan de la recompensa de la gente por su excelencia de servicio ya que involucran el desarrollo de la sociedad en diferentes aspectos.

Por otro lado, según (López et al, 2018) en el Perú, el sector privado generalmente está más interesado en captar la atención y aceptación de la población a comparación del sector público, mientras que las instituciones públicas se enfocan en diagnosticar y resolver problemas sociales, las privadas se enfocan en detectar necesidades y plantean estrategias para resolverlos, esto provoca competitividad en el ámbito privado, lo cual tendría un efecto positivo rentable general a largo plazo. Este desequilibrio de interés frente al objetivo de obtener la aprobación de un público, ocasiona una serie de acciones en el contexto en el que se desarrollan, siendo la más notable, la importancia que otorgan a la atención del cliente o usuario.

El centrum PUCP realizó un ranking en el año 2022 de las empresas que le dan mayor importancia a la escucha activa de clientes/ usuarios. Este estudio se realizó abarcando empresas privadas de todo tipo (bancarias, fast food, farmacéuticas, retailers, etc) e instituciones públicas. Como resultados generales se obtuvo que los 10 primeros puestos fueron ocupados por empresas privadas mientras que las instituciones públicas aparecen a partir del puesto 72. Este estudio demostraría la negativa percepción de la sociedad peruana hacia sus instituciones públicas, lo cual, no sería algo nuevo ya que todos hemos sido testigos por lo menos alguna vez de quejas en contra de un servicio público.

Generalmente las empresas privadas de servicios más resaltantes en Perú, tienen todos los componentes del buen servicio correctamente implementados gracias a la tecnología, aspectos como accesibilidad, capacidad de respuesta y comunicación son de los que más resaltan en sus procesos y aportan la diferenciación que se necesita en el mercado.

2.2.7 Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur

El Art. 73 de la Ley de General de Educación N°28044 define a la Unidad de Gestión Educativa Local como organismos descentralizados del Gobierno Regional que gozan de autonomía en su ámbito de competencia, siendo su jurisdicción territorial una provincia, la cual puede ser modificada por razones de dinámica social, facilidades geográficas y de

comunicación , entre otras. Estas instituciones trabajan en base a políticas nacionales y a leyes de modernización del estado.

Su naturaleza institucional se relaciona principalmente con proporcionar Soporte Técnico Pedagógico, Institucional y Administrativo, a las Instituciones y Programas Educativos de las Modalidades de Educación Básica Regular, Básica Alternativa, Básica Especial, Educación Técnico Productiva y Educación Comunitaria de su jurisdicción; que les permita ofrecer un servicio educativo de calidad con equidad y el fortalecimiento de sus autonomías. Asimismo, contribuir en la participación de los padres de familia y comunidad en general, en el Proceso Educativo. Como institución contribuye con el desarrollo integral de la Región y provincia de procedencia.

Sus principales finalidades son:

- Asumir y adecuar a su realidad las políticas educativas y pedagógicas establecidas por el Ministerio de Educación y por la entidad correspondiente del Gobierno Regional.
- Consolidar las capacidades de gestión pedagógica y administrativas de las I.E. en búsqueda de su autonomía.
- Promover la cohesión social, mediante el trabajo conjunto con otras instituciones privadas o públicas enfocados en el Proyecto Educativo Local con el fin de generar un contexto próspero para la formación integral de las personas.

Actualmente en el Perú existen 220 UGEL distribuidas en todos los departamentos, la institución que fue elegida para el estudio se encuentra dentro de las 09 que pertenecen a la región de Arequipa.

2.2.8 Usuarios Cesantes

Los usuarios cesantes son aquellos profesores y auxiliares de educación que dejaron de prestar servicio en calidad de nombrados, y actualmente perciben una pensión de cesantía dependiendo del Decreto Ley en donde se encuentren. Los cesantes pertenecientes al D.L. N° 20530, o también llamados pensionistas obtienen su monto de cesantía de parte del ministerio de educación, mientras que los pertenecientes al D.L. N° 19990, obtienen sus pensiones de parte del fondo que hayan elegido ONP o AFP.

Esta población de usuarios concurre a la institución generalmente para dar inicio o hacer seguimiento de su solicitud de reclamo vía judicial de bonificaciones que se les dejaron de pagar mientras estaban en actividad. Este procedimiento se realiza a través de siete oficinas diferentes en un lapso aproximado de tres meses. También suelen acudir para solicitar sus datos de ingreso a la plataforma “SIBER” en donde pueden visualizar sus boletas de pagos, en este

caso, se les solicita que acudan con un familiar de confianza para que pueda ayudarlos en temas de inicio de sesión y contraseñas. Por último, otras de las razones de su afluencia son para hacer trámites menores como solicitudes de copia de Resoluciones o informes escalafonarios,

Actualmente la Unidad de Gestión Educativa Local actualmente administra a 5224 docentes activos y a 3566 docentes cesantes (Anexo 3).

CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1 Alcance de Investigación

La investigación es de alcance correlacional, a causa de que se evalúa el grado de relación entre dos variables: Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario.

(Hernandez y otros, 2010) afirma que el modelo correlacional describe relaciones entre 02 o más factores en un momento determinado, esta correlación también puede ser causal.

3.1.1 Enfoque de la investigación

En la investigación se realiza recolección de datos, mediante un análisis numérico (Escala de Likert) y posteriormente estadístico (procesamiento de datos mediante programas como Excel y SPSS) obteniendo así su cualidad Cuantitativa según (Blasco y Pérez, 2007).

Por otro lado, (Landeau, 2007) menciona que habitualmente las investigaciones cuantitativas se realizan mediante encuestas que son concluyentes en su propósito, ya que se enfocan en cuantificar la problemática y entender que tan generalizado se encuentra mediante la proyección hacia una población mayor.

3.1.2 Diseño de investigación

El diseño es No Experimental, debido a que las variables no serán manipuladas, solo serán observadas en su contexto natural para obtener conclusiones de estudio, asimismo, será de diseño transversal, debido a que el estudio se realizará en un periodo de tiempo determinado (Sampieri et al., 2003).

3.2 Unidad de Estudio

3.2.1 Población

La población está constituida por los docentes pertenecientes a la jurisdicción de la UGEL Arequipa Sur conformada por actualmente 3 566 personas entre hombres y mujeres. La fuente

de este dato se obtuvo del Reporte de Presupuesto Anual Personal (Anexo 3) otorgado por la oficina de planillas de la institución en mención.

3.2.2 Muestra

La muestra es un subgrupo de la población, subconjunto de los elementos que pertenecen a ese conjunto elegido en base a sus características al que llamamos población (Hernández et al,2014). La población previamente mencionada hace uso constante de los servicios de la UGEL AS de manera presencial. El muestreo será probabilístico aleatorio simple ya que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos, a partir de esto se definirá la muestra mediante la siguiente fórmula dado que es una población extensa pero finita.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Cálculo de la muestra:

Tabla 2

Cálculo de la muestra

Variable	Descripción	Valor
N	población	3,566
N-1	población - 1	3,565
P	probabilidad de éxito	0.500
Q	probabilidad de fracaso	0.500
E	nivel de error	0.05
Z	nivel de confianza	1.96

Fuente: Elaboración propia

Se obtiene como resultado: 350 personas a las cuales se les aplicará el instrumento.

3.2 Técnicas/Instrumentos/equipos/recursos

3.2.1 Técnicas

La técnica que se utiliza es la encuesta, debido a que engloba procedimientos normados de investigación que agrupan y evalúan un conjunto de data perteneciente a una muestra de una población, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características (Casas y otros, 2003).

3.2.2 Instrumentos

El instrumento utilizado para evaluar la variable “Calidad de servicio” es el cuestionario SERVPERF que consta de 16 ítems divididos en 05 dimensiones: Elementos tangibles, seguridad, fiabilidad, empatía y capacidad de respuesta; para la variable “Satisfacción del usuario” se utilizará el cuestionario Modelo ACSI, posee 06 ítems divididos en 03 dimensiones: Calidad percibida, valor percibido, expectativas del usuario. Ambos cuestionarios se han utilizado en varias investigaciones similares según la revisión de trabajos de investigación y artículos relacionados, independientemente del rubro empresarial e índole privada o pública. Los cuestionarios se concatenarán y se aplicarán conjuntamente. El instrumento comienza con la presentación de la investigación y la explicación de la metodología. Luego se realizan preguntas para conocer y clasificar las características de la muestra seleccionada según género y edad.

3.2.3 Equipos

Los equipos utilizados serán únicamente 01 computadora para la realización de los cuestionarios, y para su procesamiento se requerirán programas de estadísticos como Excel y SPSS.

3.2.4 Recursos

- Recursos Humanos

La ejecución del proyecto la realizará la tesista, junto con el apoyo del asesor de tesis y asesores externos para realizar el tema estadístico.

- Recursos Económicos

Todo costo será financiado por la tesista.

- Recursos Tecnológicos

Se requerirá de una computadora con acceso a internet para todas las etapas de la investigación.

Se requerirá programas estadísticos tales como Excel y SPSS 24.

3.3 Procedimiento

1. Búsqueda de información sobre instrumentos utilizados que se puedan adecuar a nuestros objetivos de investigación en artículos, monografías y tesis.
2. Una vez seleccionados, se procedió a adaptarlos en base a las características del presente estudio.
3. Luego, se procedió a realizar la validación mediante el juicio de expertos. En este paso se realizaron correcciones y se tomaron las recomendaciones otorgadas.
4. Al tener los instrumentos ya validados, se procedió a enviar una solicitud de permiso para aplicación de cuestionario al director y administrador de la UGEL Arequipa Sur.
5. Una vez que se obtuvo la carta de respuesta con el permiso otorgado, se dio inicio a la prueba piloto. Consistió en realizar la encuesta a 30 usuarios con el fin de analizar la fiabilidad del instrumento en base a sus respuestas, asimismo, de conocer sus opiniones y reacciones al cuestionario.
5. Se realizó la prueba de Alfa de Cronbach con la muestra de 30 personas y se obtuvo un resultado favorable.
6. El levantamiento de información oficial se realizó mediante un cronograma para mantener un control de avance. Desde el lunes 02 de agosto al martes 29 de agosto se realizaron en promedio 18 encuestas diarias para poder cumplir la aplicación en el total de la muestra obtenida. Los horarios en los que se realizó fueron principalmente en las mañanas de 9am a 1pm, debido a que generalmente en este horario los usuarios cesantes se encuentran en mayor número dentro de la institución.
7. Una vez alcanzado el número de encuestas total, se procedió a ingresar los datos en una tabla de Excel.
8. Se realizó una segunda prueba de Alfa de Cronbach con la nueva base de resultados y se volvió a obtener un resultado favorable, se confirmó una alta fiabilidad de instrumento.
9. Se ingresaron los datos de las encuestas al programa SPSS 24 para proceder con el análisis descriptivo.
10. Se evaluó la estadística descriptiva de cada ítem de los cuestionarios
11. Se procedió a realizar las pruebas de baremos en cada dimensión de los cuestionarios.

12. Se dio inicio al análisis correlacional por lo que se procedió a realizar primero fue la prueba de hipótesis o de normalidad.

13. Luego de obtener el resultado de la prueba de normalidad, se realizó la prueba del Rho de Spearman para el objetivo general y luego para cada objetivo específico.

14. Se interpretaron resultados y se elaboraron conclusiones y recomendaciones.

3.4 Validación y Fiabilidad del instrumento

3.4.1 Juicio de Expertos

La validación se efectuó mediante el juicio de 03 expertos en áreas de investigación, se realizó en base a formatos en donde se evaluaron criterios como claridad, objetividad, consistencia, coherencia, pertinencia y suficiencia sobre los ítems de los instrumentos. Se realizaron 02 formatos de validación, uno para el instrumento que evaluará la variable Calidad de Servicio y otro para la variable Satisfacción del Usuario. Adicionalmente, se les entregó la matriz de consistencia, matriz de operacionalización, carta de solicitud e instrumentos a evaluar. Sus juicios fueron favorables y se corrigieron las observaciones dadas. Se anexaron los formatos de validación (anexo 2).

Tabla 3

Consolidado juicio de expertos

Experto	Instrumento SERVPERF	Instrumento ACSI
Mg. José Gálax Céspedes Elguera	Favorable	Favorable
Mg. Ligia Narela Cateriano Fonseca	Favorable	Favorable
Dr. Miguel Gerardo Mendoza Vargas	Favorable	Favorable

Fuente: Elaboración Propia,

3.4.2 Fiabilidad de Instrumentos

La fiabilidad de los instrumentos se determinó en base a los resultados del Análisis del Alfa de Cronbach. Se aplicó la encuesta previamente validada a una muestra de 30 usuarios cesantes que recurren a la UGEL Arequipa Sur. Para hallar el coeficiente de alfa se recurrió a la herramienta IBM SPSS Statistics 24. Se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 4*Alfa de Cronbach del instrumento en una muestra de 30 personas*

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	30	100,0	,929	22
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	30	100,0		

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

La fiabilidad del instrumento en una muestra de 30 personas obtiene una medición de 0.929 según la tabla 5.

Por último, se realizó el mismo análisis una vez culminado el total de encuestas, es decir, con una muestra de 350 personas, obteniendo el cuestionario SERVPERF un resultado de 0.898 y el cuestionario ACSI un total de 0.772.

Tabla 5*Alfa de Cronbach del instrumento SERVPERF.*

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	350	100,0	,898	16
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	350	100,0		

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Tabla 6

Alfa de Cronbach del instrumento ACSI.

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	350	100,0	,772	6
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	350	100,0		

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Según la tabla 6, la interpretación de estos resultados merecen una calificación de “Fuerte Confiabilidad”.

Tabla 7

Escala de interpretación Alfa de Cronbach

Rangos	Magnitud
-1 a 0	No confiable
0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
0,5 a 0,75	Moderada confiabilidad
0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
0,9 a 1	Alta confiabilidad

Fuente: Elaborado por (RUIZ BOLIVAR, 2002)

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1. Análisis Descriptivo

En este punto se describen los resultados generales de la aplicación de los instrumentos en la muestra seleccionada, se analizará cada ítem y consiguientemente cada dimensión. Las características del grupo de encuestados también se graficó y analizó (Anexo 02).

1.1 Calidad del Servicio

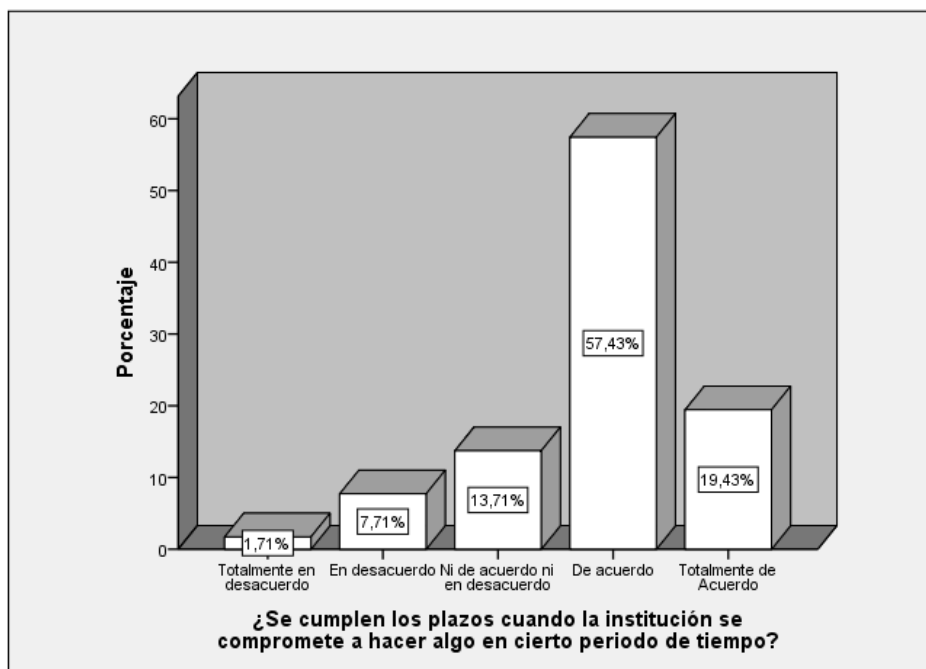
- Dimensión Fiabilidad – Ítem 1:

Tabla 8
Cumplimiento de plazos respecto al servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	1,7	1,7	1,7
En desacuerdo	27	7,7	7,7	9,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	48	13,7	13,7	23,1
De acuerdo	201	57,4	57,4	80,6
Totalmente de acuerdo	68	19,4	19,4	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 5
Cumplimiento de plazos en el servicio



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

La primera pregunta del cuestionario de calidad, nos sitúa en la dimensión de fiabilidad. Se enfoca en el compromiso de cada oficina de la UGEL AS con sus actividades durante un tiempo determinado. El 19,43% y un 57,43% de usuarios manifiesta estar “totalmente de acuerdo” y

“de acuerdo”, respectivamente, con que se cumplen los plazos en los que la entidad se compromete a realizar sus funciones. Esto representa a 269 usuarios. Mientras que 48 personas no se encuentran “ni de acuerdo ni en desacuerdo” con esta premisa, representando el 13,71% del total. Por último, 33 personas mencionan que están en “desacuerdo” y “totalmente en desacuerdo” con el cumplimiento a tiempo de funciones, representando el 9.4% de encuestados. El servicio que otorga cada oficina de la institución tiene un promedio de 3 días, desde que ingresa el documento a mesa de partes hasta la respuesta final, sin embargo, los retrasos pueden generarse cuando hay fallas en el sistema interno de documentos, o cuando falta algún dato o documento del usuario a atender. En la minoría de casos, los plazos de tiempo son extensos por la misma naturaleza de la solicitud que se hizo.

- Dimensión Fiabilidad – Ítem 2

Tabla 9

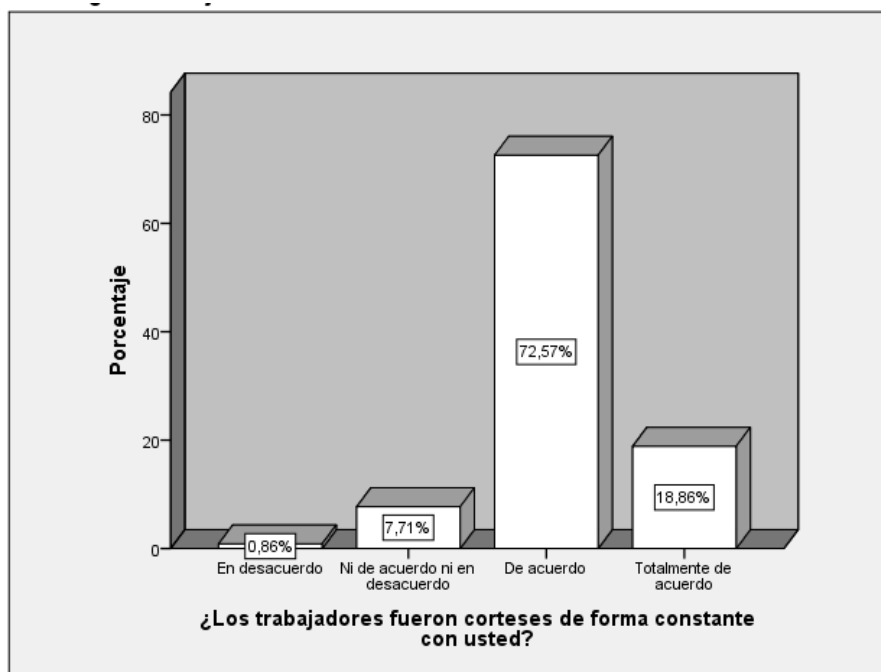
Cortesía en el servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0
En desacuerdo	3	0,9	0,9	0,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	7,7	7,7	8,6
De acuerdo	254	72,6	72,6	81,1
Totalmente de acuerdo	66	18,9	18,9	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 6

Cortesía en el servicio



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la figura 6 perteneciente a la dimensión de fiabilidad y relacionada al nivel de cortesía que se otorga a los usuarios en su atención, se aprecia que más del 90% de usuarios considera que los trabajadores son corteses en su servicio de manera constante, el 72,57% esta “de acuerdo” y el 18,86% “totalmente de acuerdo”. Estos porcentajes representan a 320 usuarios de la institución. Sin embargo, hay una pequeña fracción de 03 encuestados que menciona estar “en desacuerdo” representando un 0,86%. Por otro lado, hay un grupo de 27 usuarios que es “indiferente” a esta característica de atención, representando el 7,7% de la muestra total. Mediante el gráfico se puede asegurar que existe un alto nivel de cortesía en la institución, sin embargo, no se puede ignorar al pequeño grupo de 03 y 27 personas que representan casi al 10% de encuestados que no consideraron estar de acuerdo con una atención basada en cortesía y amabilidad constante.

- Dimensión Fiabilidad – Ítem 3

Tabla 10

Servicio libre de errores

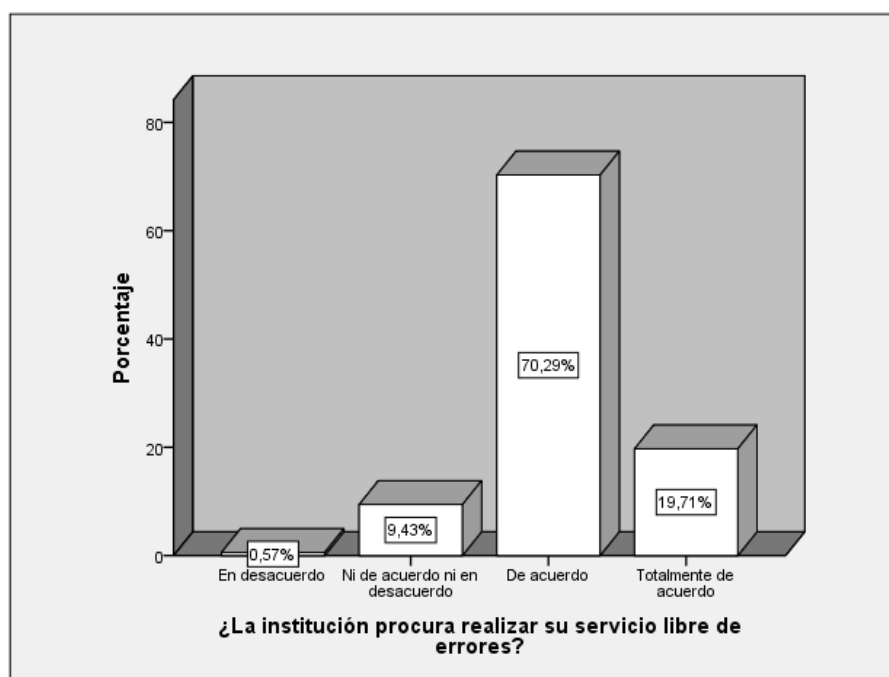
Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	----------------------	-------------------------

Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0
En desacuerdo	2	0,6	0,6	0,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	33	9,4	9,4	10,0
De acuerdo	246	70,3	70,3	80,3
Totalmente de acuerdo	69	19,7	19,7	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 7

Servicio libre de errores



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la última pregunta de la dimensión fiabilidad, se encuentra una pregunta relacionada a los errores de información o de procedimiento que pueda incurrir en los servicios. Como se puede apreciar en la tabla y figura 7, el 70,29% se encuentra “de acuerdo” con que el organismo procura realizar sus funciones sin cometer errores, mientras que el 19,71% se encuentra “totalmente de acuerdo” con esta afirmación. Dentro de la muestra, son 02 personas que están “en desacuerdo” con que se realice un servicio “perfecto” y 33 usuarios se encuentran “ni de acuerdo ni en desacuerdo” con esta premisa, representando el 9,43% de la muestra total.

Los errores de datos o en el proceso de trámite causan retrasos en entregas o resultados, de acuerdo a la investigación, se observa que casi la décima parte de los encuestados no está de acuerdo con la pregunta, posiblemente en algún trámite realizado se vieron perjudicados por alguna confusión o descuido en torno al manejo de su solicitud.

- Dimensión Capacidad de Respuesta – Ítem 4

Tabla 11

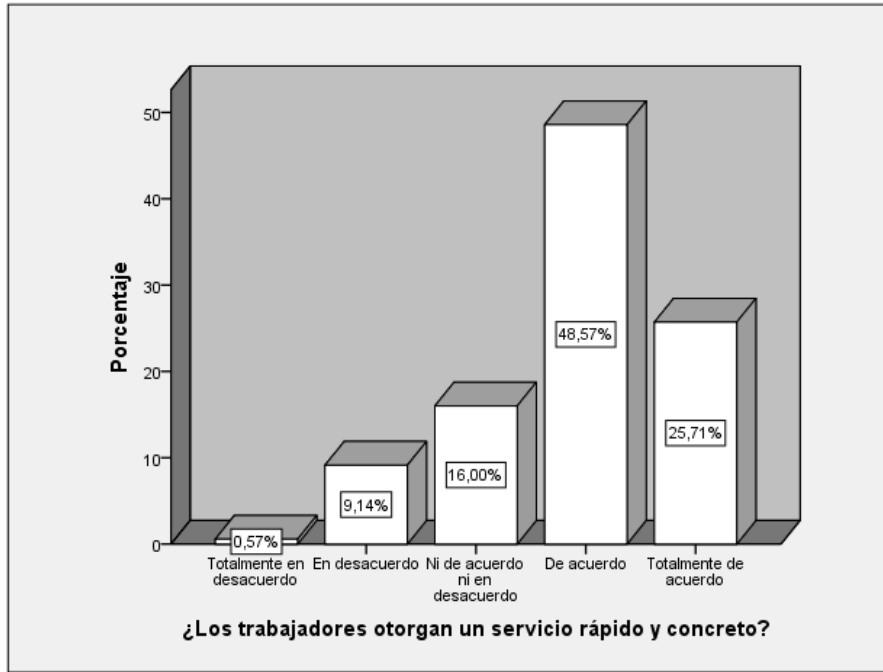
Servicio rápido y concreto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	0,6	0,6	0,6
En desacuerdo	32	9,14	9,1	9,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	16,0	16,0	25,7
De acuerdo	170	48,6	48,6	74,3
Totalmente de acuerdo	90	25,7	25,7	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 8

Servicio rápido y concreto



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la figura 8, se ingresa a la dimensión Capacidad de respuesta, la cual está enfocada en conocer la opinión de los usuarios en torno a la facultad de los trabajadores para entregar respuestas eficaces. Del total de 350 personas, un 25,71%, casi 90 personas, está “totalmente de acuerdo” con que el servicio se caracteriza por ser rápido y concreto, el 48,57% representa alrededor de 170 personas que se encuentran “de acuerdo” con la premisa. Una considerable cantidad de 56 usuarios pertenece al 16% que es indiferente a la pregunta y un 9,71% representa a 34 personas que no están de acuerdo con la obtención de un servicio rápido y concreto.

Para usuarios cesantes, es imperante que la resolución a sus necesidades sea de una forma práctica, concreta y rápida. El ítem en consulta nos demuestra la variada distribución de opiniones en torno a esta. Es importante tener en cuenta que los usuarios que manifestaron estar “en desacuerdo”, “totalmente en desacuerdo” y “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, son 90 personas, más de la cuarta parte del total de la muestra. Esta total resulta relevante considerando que se está realizando una investigación para mejorar la calidad del servicio de la institución.

- Dimensión Capacidad de Respuesta – Ítem 5

Tabla 12

Tiempo de duración de la atención

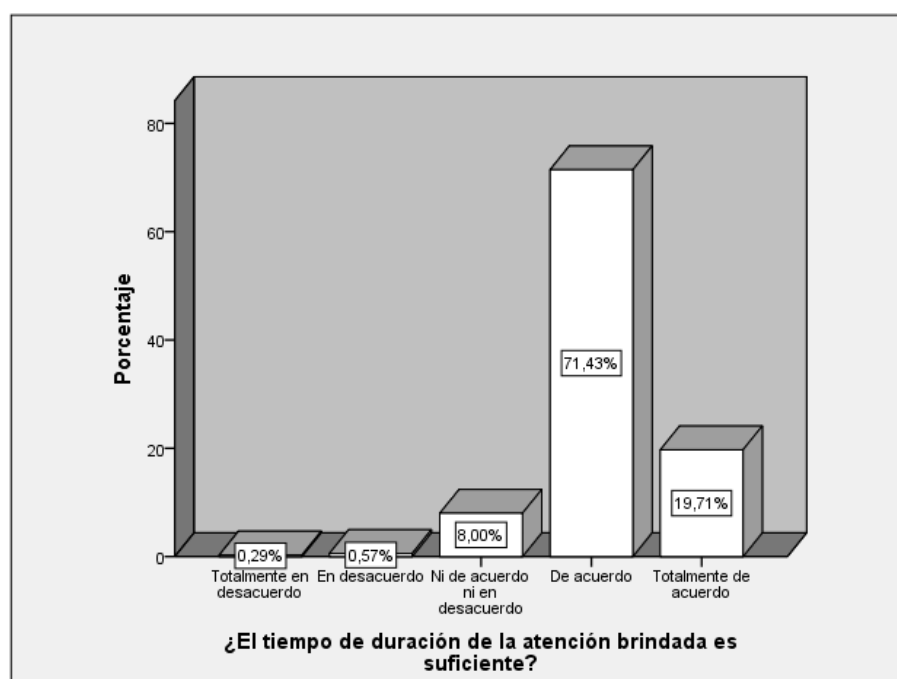
Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	----------------------	-------------------------

Totalmente en desacuerdo	1	0,3	0,3	0,3
En desacuerdo	2	0,6	0,6	0,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	8,0	8,0	8,9
De acuerdo	250	71,4	71,4	80,3
Totalmente de acuerdo	69	19,7	19,7	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 9

Tiempo de duración de la atención



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la figura 9 se encuentra una pregunta que busca conocer si los usuarios consideran que el tiempo promedio de duración de la atención es suficiente. El 71,43% que engloba a 250 personas manifiesta estar “de acuerdo”, el 19,71% casi 69 personas se encuentran “totalmente de acuerdo” con la pregunta, mientras que solo 03 personas manifestaron estar en “desacuerdo” y en “totalmente en desacuerdo”.

Generalmente la atención a usuarios en las oficinas suele ser corta debido a la naturaleza de la consulta, sin embargo, si existen casos en los que se suele extender un poco más y esto puede terminar afectando a los otros usuarios. Aun así, la muestra, en su gran mayoría, se siente conforme con el tiempo de cada consulta.

- Dimensión Capacidad de Respuesta – Ítem 6

Tabla 13

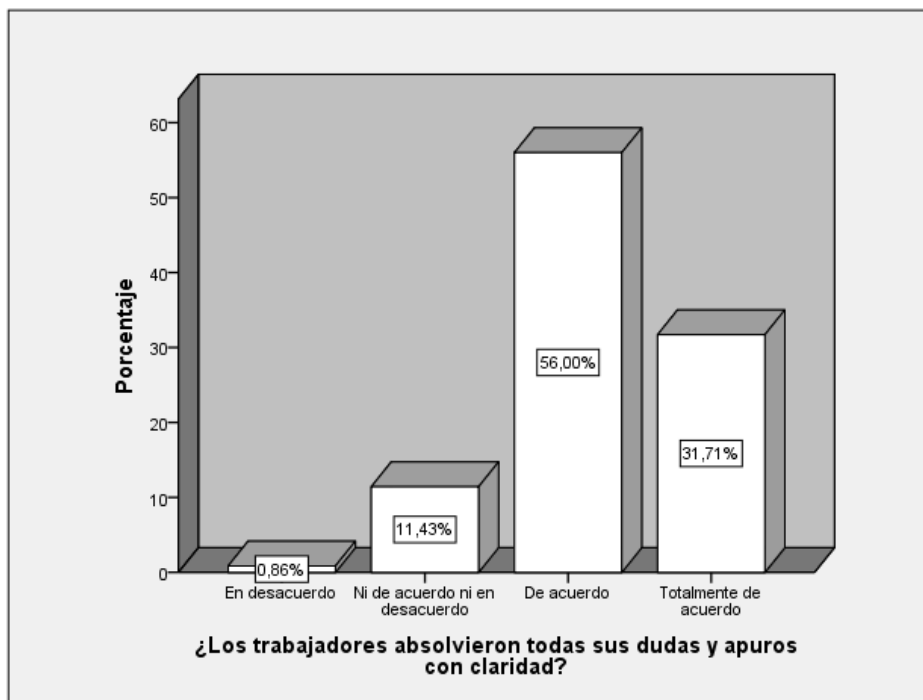
Respuestas claras y concisas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0
En desacuerdo	3	0,9	0,9	0,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	40	11,4	11,4	12,3
De acuerdo	196	56,0	56,0	68,3
Totalmente de acuerdo	111	31,7	31,7	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 10

Respuestas claras y concisas



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Como se aprecia en la figura 10, del ítem 6, el 31.71% de usuarios conformados por un número de 111 personas se encuentran “totalmente de acuerdo” con obtener una respuesta clara en cuanto a dudas que puedan surgir, 196 usuarios de la muestra representan al 56% del total indicando estar “de acuerdo” con el ítem presentado, mientras que 40 usuarios que forman parte de un 11,43% del total, es indiferente a la afirmación, y solo 03 personas no se encuentran de acuerdo con la aseveración presentada.

Una respuesta clara determina el nivel de capacidad de respuesta de los trabajadores, si bien es cierto que más del 80% se encuentra conforme a esto, hay un 12% del total de encuestados que fue indiferente y que no está de acuerdo con el nivel de claridad que puedan otorgar los trabajadores en sus respuestas, lo que podría causar malos entendido o frustraciones.

- Dimensión Seguridad – Ítem 7

Tabla 14

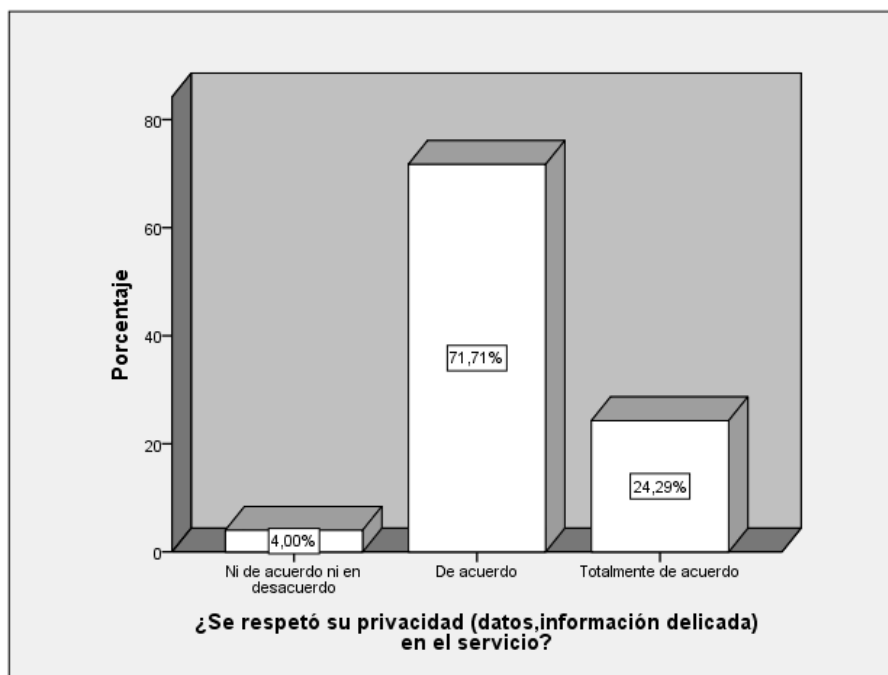
Información segura

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0
En desacuerdo	0	0	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	4	4	4
De acuerdo	251	71,7	71,7	75,7
Totalmente de acuerdo	85	24,3	24,3	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24

Figura 11

Información segura



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

El ítem 7 da inicio a la dimensión de seguridad, enfocada en la protección de datos personales, seguridad en los procesos y conocimiento fiable de parte de los trabajadores para resolver dudas. En la figura 11, es interesante ver que no hubieron usuarios que consideren marcar “en desacuerdo” o “totalmente en desacuerdo” con la pregunta, en este ítem, la mínima calificación está determinada por un 4% representando a 14 usuarios que se encuentran “ni de acuerdo ni en desacuerdo” con la consulta. La mayoría de usuarios afirma estar de acuerdo con que la institución, en sus procesos, respetó su privacidad manifestándose en un 71,71% del total. Por último, 85 personas consideran estar “totalmente de acuerdo”, conforman el 24,29% de la muestra.

En los procesos de la institución, se requiere de información personal y judicial para desarrollar las actividades. En muchos casos, suele ser información delicada por lo que es importante que esta sea tratada con la seguridad y con carácter confidencial.

- Dimensión Seguridad – Ítem 8

Tabla 15

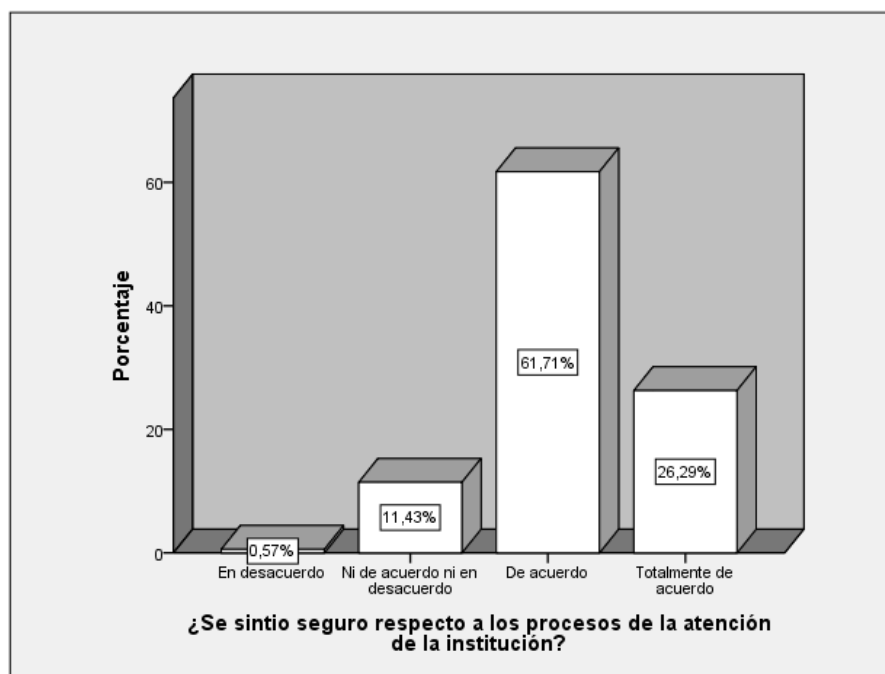
Seguridad en procesos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0
En desacuerdo	2	0,6	0,6	6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	40	11,4	11,4	12
De acuerdo	216	61,7	61,7	73,7
Totalmente de acuerdo	92	26,3	26,3	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 12

Seguridad en procesos



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

El ítem 8 se enfoca en la percepción de la seguridad de los usuarios relacionada a los procesos que se realizan en la institución, como se puede apreciar en la figura 12, del total de la muestra, 216 usuarios representando el 61.71% manifiestan estar “de acuerdo” con sentirse seguros respecto a los procesos de la institución. Los restantes se encuentran en las siguientes

proporciones: un 26,29% está “totalmente de acuerdo” con la seguridad respecto a procesos, el 11.43% que vendrían a ser 40 personas, mantienen una posición indiferente a la pregunta y solo 02 personas (0.57%) se encuentran en desacuerdo con la seguridad presente en los procesos. La seguridad respecto a procesos está muy relacionada a la confianza de los usuarios, por ende, es un indicador determinante en la percepción de ellos hacia la institución.

- Dimensión Seguridad – Ítem 9

Tabla 16

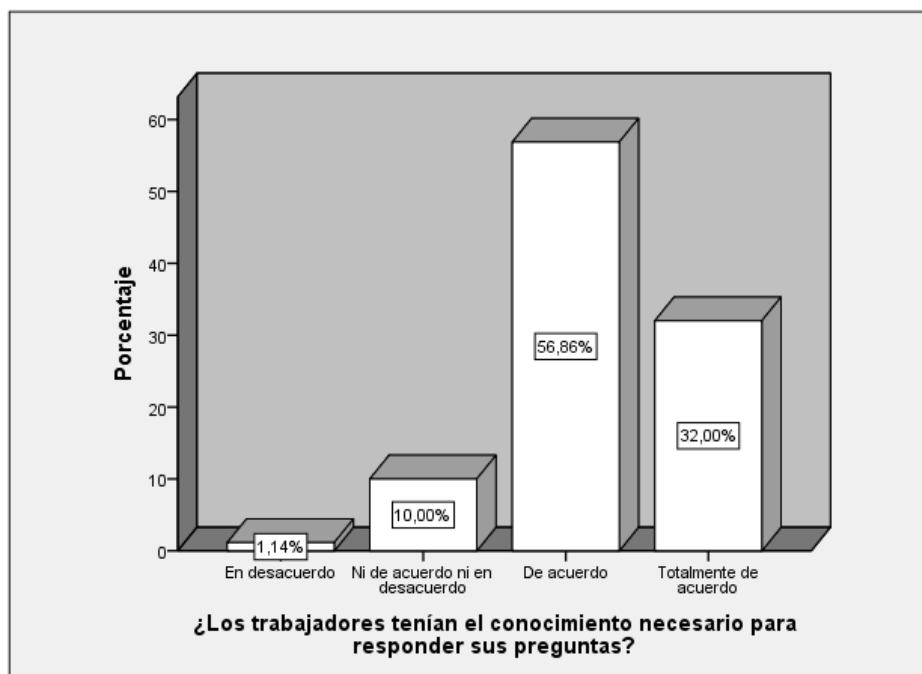
Seguridad de las respuestas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0
En desacuerdo	4	1,1	1,1	1,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	10,0	10,0	11,1
De acuerdo	199	56,9	56,9	68
Totalmente de acuerdo	112	32	32	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 13

Seguridad de las respuestas



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Como se puede observar, en la figura 13, más de la mitad de usuarios se encuentra “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo” con que los trabajadores poseen los conocimientos necesarios para poder aclarar sus dudas, con un 56,86% y un 32% respectivamente. Mientras que solo el 10% de los encuestados es indiferente a esta afirmación, es decir 35 usuarios y por último el 1,14% (04 usuarios) esta “en desacuerdo” con la afirmación de la pregunta.

- Dimensión Empatía – Ítem 10

Tabla 17

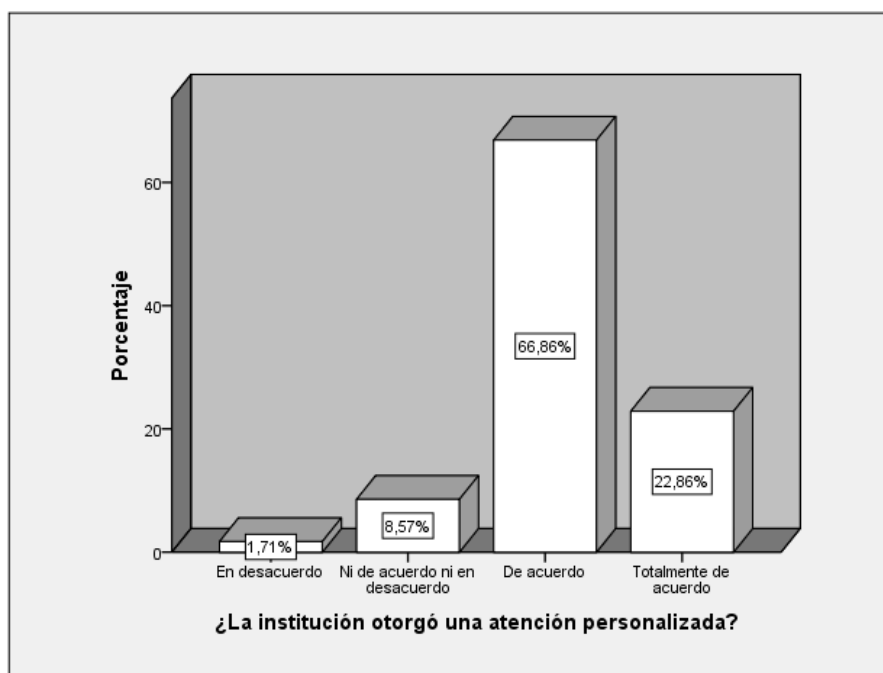
Atención personalizada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0
En desacuerdo	6	1,7	1,7	1,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	8,6	8,6	10,3
De acuerdo	234	66,9	66,9	77,1
Totalmente de acuerdo	80	22,9	22,9	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 14

Atención personalizada



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

El ítem 10, da inicio a la dimensión de empatía preguntando a los usuarios sobre su percepción sobre la atención personalizada. La figura 14, nos muestra como más del 90% de usuarios si percibe una atención personalizada, específicamente son cerca de 314 usuarios que afirman estar “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo” con la premisa. El 8.57% restante se muestra indiferente a la percepción recibida y solo el 1.71%, conformado por 6 personas, se encuentra “en desacuerdo” con la pregunta.

La atención en la institución, en la gran mayoría de casos es personalizada, por el hecho de que los asuntos a tratar y las consultas son diferentes entre sí, se requiere de una comunicación directa sin terceros. Aún así, a pesar de que se encuentren en menor número, se confirman casos de usuarios que al parecer no han recibido una atención personalizada.

- Dimensión Empatía – Ítem 11

Tabla 18

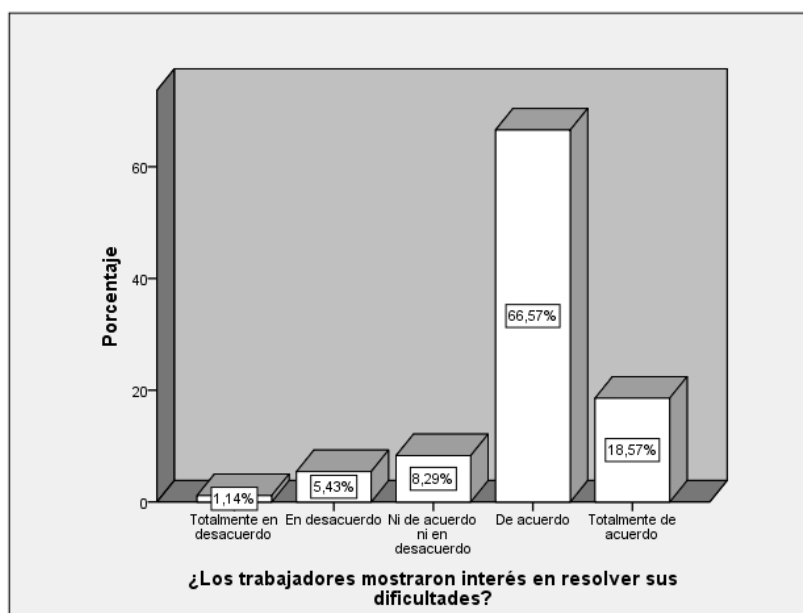
Resolución de conflictos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	1,1	1,1	1,1
En desacuerdo	19	5,4	5,4	6,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	8,3	8,3	14,9
De acuerdo	233	66,6	66,6	81,4
Totalmente de acuerdo	65	18,6	18,6	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 15

Resolución de conflictos



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

La figura 15, representa al ítem 11 en donde se puede observar que el 66,57%, conformado por 233 personas, mantienen una postura positiva en cuanto a su percepción de interés de parte del personal de la institución en ayudar a resolver dificultades. De la misma manera, el 18,57% conformado por 65 personas se encuentra “totalmente de acuerdo” con el interés otorgado. Desde una posición “indiferente” se encuentran 29 personas con un porcentaje de 8,29%. Por último, se aprecia un total de 19 personas que no están de acuerdo con la premisa de la pregunta representando el 5,43% y un 1,14% que está en total desacuerdo con el interés que demuestran los trabajadores.

- Dimensión Empatía – Ítem 12

Tabla 19

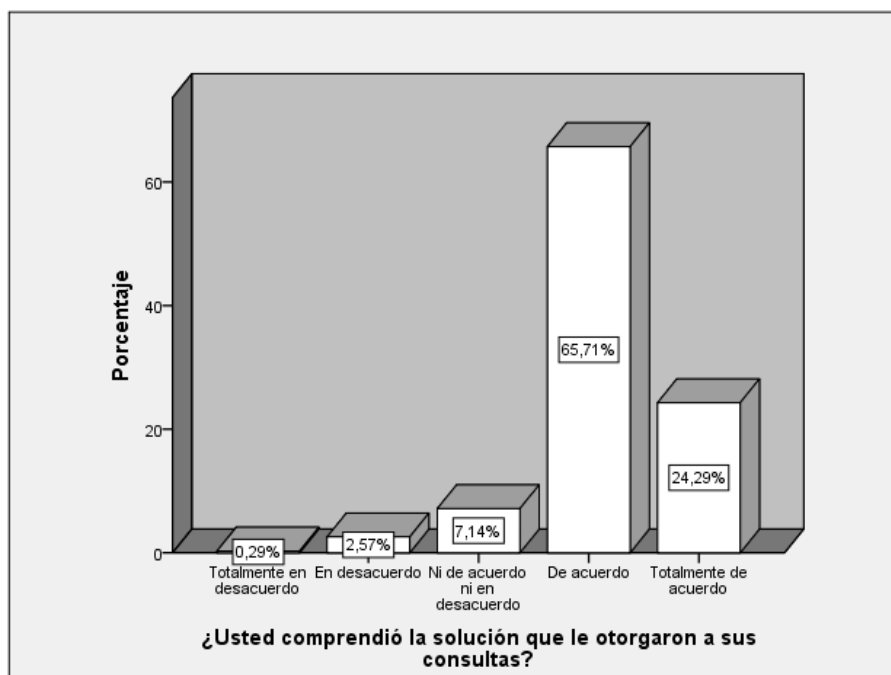
Comunicación efectiva

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0,3	0,3	0,3
En desacuerdo	9	2,6	2,6	2,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	7,1	7,1	10,0
De acuerdo	230	65,7	65,7	75,7
Totalmente de acuerdo	85	24,3	24,3	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 16

Comunicación efectiva



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la figura 16, como se puede apreciar, comprender la solución otorgada a las consultas de los usuarios es fuertemente valorada, con un 65,71% encontramos a 230 usuarios que alegan estar “de acuerdo” con la solución otorgada a sus consultas. El 24,29%, es decir, 85 personas, se encuentran “totalmente de acuerdo” y el 7,14% es indiferente a esta consulta. Para culminar solo el 2,57% está en desacuerdo y solo 01 persona (0.29%) se encuentra “totalmente en desacuerdo”.

- Dimensión Elementos Tangibles – Ítem 13

Tabla 20

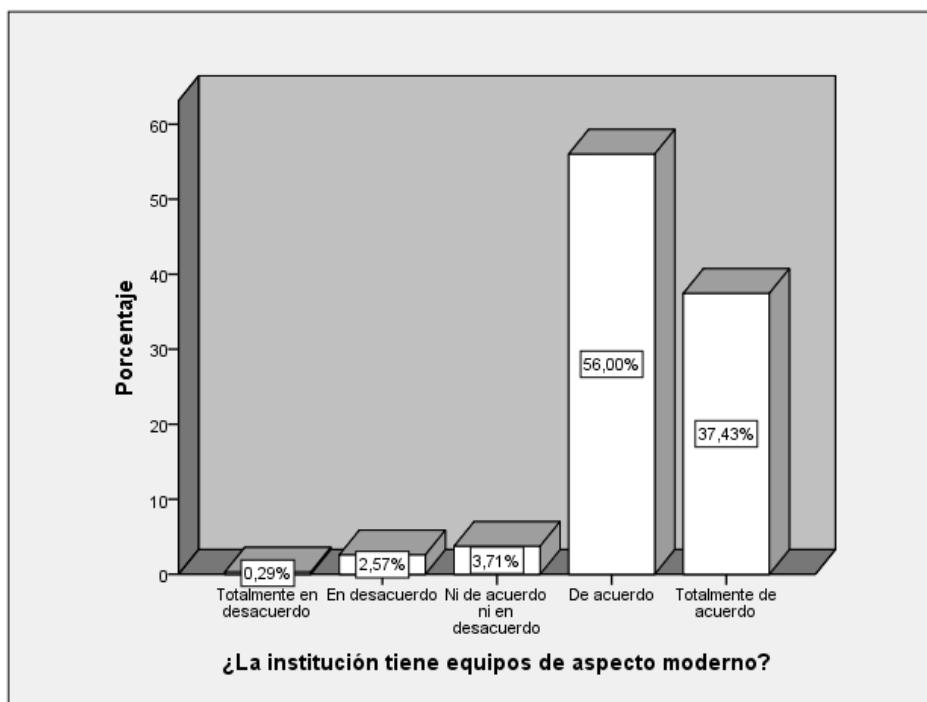
Equipamiento de la entidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	0,3	0,3	0,3
En desacuerdo	9	2,6	2,6	2,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	3,7	3,7	6,6
De acuerdo	196	56,0	56,0	62,6
Totalmente de acuerdo	131	37,4	37,4	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 17

Equipamiento de la entidad



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

La dimensión de Elementos Tangibles comienza en el ítem 13 y abarca todos aquellos aspectos físicos que se emplean al momento de otorgar el servicio. En la figura 17, se puede observar que alrededor de 327 personas que representan el 93.4%, se encuentran “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo” con que la entidad posee equipamiento moderno. Son 13 (3.71%) personas que mantienen una posición “indiferente” hacia la consulta. Mientras que una mínima cantidad de personas que conforman el 2.86 % manifiestan estar en “desacuerdo” y “totalmente en desacuerdo” en considerar que la institución posee equipamiento moderno. Con equipos, se engloba a todos los mobiliarios que se utilizan para la atención al usuario.

- Dimensión Elementos Tangibles – Ítem 14

Tabla 21

Instalaciones físicas de la institución

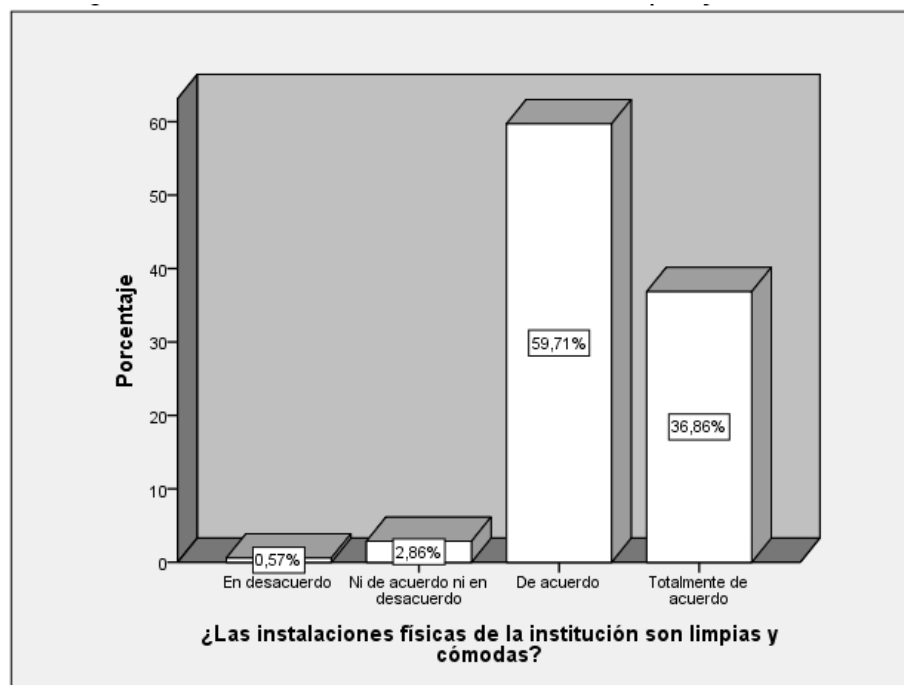
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0
En desacuerdo	2	0,6	0,6	0,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	2,9	2,9	3,4

De acuerdo	209	59,7	59,7	63,1
Totalmente de acuerdo	129	36,9	36,9	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 18

Instalaciones físicas de la institución



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la figura 18, se puede observar que 59.71 afirman estar “de acuerdo” y el 36.86% de los encuestados se encuentra “totalmente de acuerdo” en considerar a las instalaciones de la entidad como limpias y cómodas. El 2.86% representa a 10 personas que no están “de acuerdo ni en desacuerdo” y solo 02 personas se encuentran “en desacuerdo” representando un 0.57% del total de encuestado. No se registran personas que manifiesten estar “totalmente en desacuerdo” con la pregunta.

- Dimensión Elementos Tangibles – Ítem 15

Tabla 22

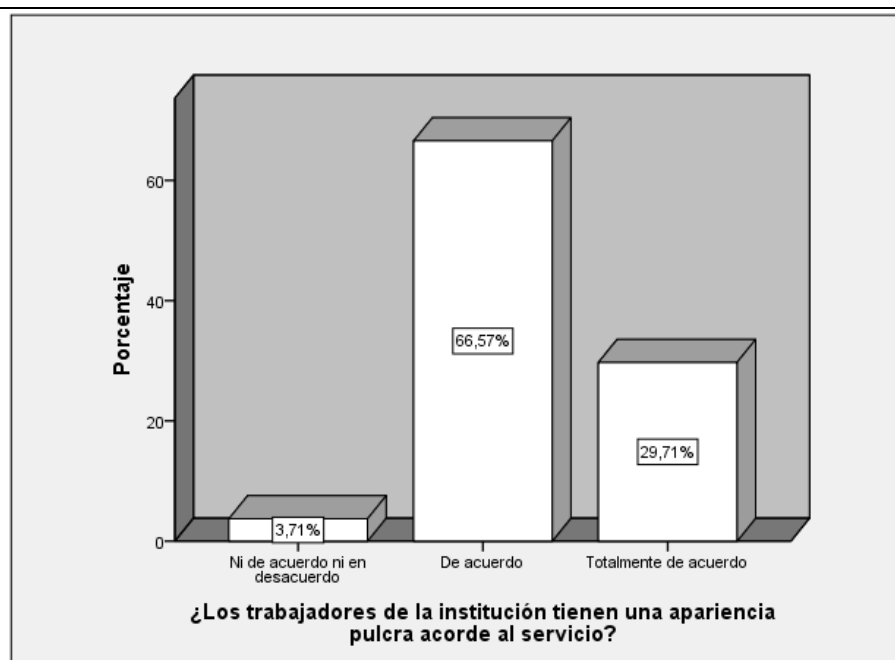
Apariencia de los trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0
En desacuerdo	0	0	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	3,7	3,7	3,7
De acuerdo	233	66,6	66,6	70,3
Totalmente de acuerdo	104	29,7	29,7	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 19

Apariencia de los trabajadores



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Como se puede observar en la figura 19, de los 350 encuestados, el 66,57% se mantiene “de acuerdo” con aseverar que los trabajadores de la institución poseen una apariencia pulcra en su servicio, el 29,71% posee una alta percepción (totalmente de acuerdo) en torno a la apariencia y el restante 3,71% mantiene una posición indiferente a esta pregunta. No se registran personas que admitan estar “en desacuerdo” o “totalmente en desacuerdo” con la pregunta. Con

apariciencia pulcra nos referimos a que los trabajadores se encuentren uniformados, aseados y presentables para la atención al público.

- Dimensión Elementos Tangibles – Ítem 16

Tabla 23

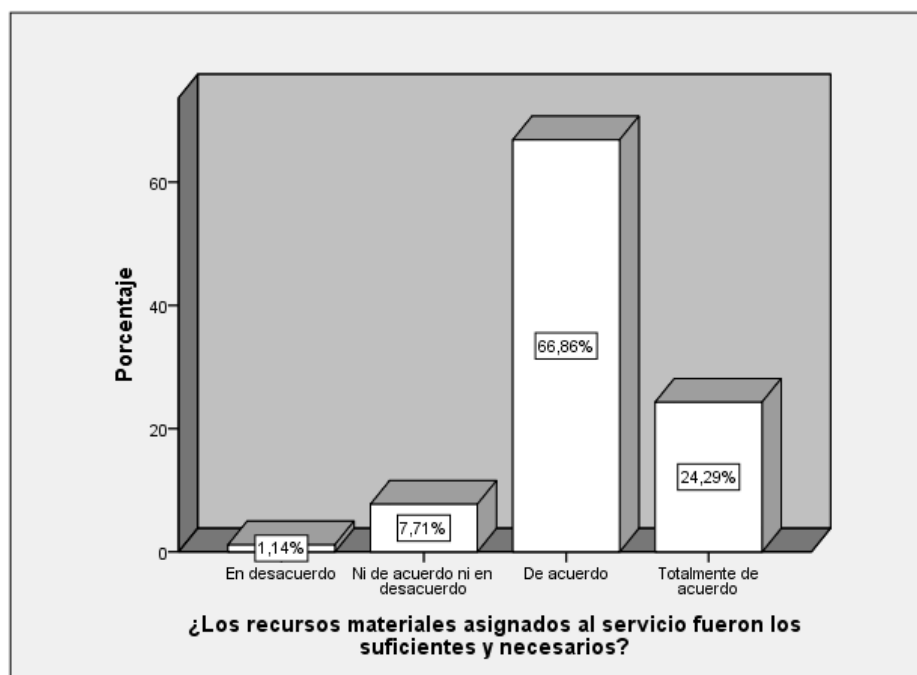
Recursos Materiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0
En desacuerdo	4	1,1	1,1	1,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	7,7	7,7	8,9
De acuerdo	234	66,9	66,9	75,7
Totalmente de acuerdo	85	24,3	24,3	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 20

Recursos Materiales



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la figura 20, se puede apreciar que el 66.86% de los encuestados manifiesta estar “de acuerdo” con que los recursos materiales utilizados en la atención fueron los suficientes, de la misma manera, el 24.29% posee una alta percepción en torno a la pregunta. El 7.71% de los encuestados presenta una percepción regular en torno a la pregunta y el 1.14% conformado por 04 personas se encuentra “en desacuerdo” con que se asigne el suficiente recurso material al servicio otorgado por la institución. Los recursos materiales son aquellos formatos, copias, informes y documentos con los que la atención sea más entendible.

1.2 Satisfacción del Usuario

- Dimensión Calidad Percibida – Ítem 17

Tabla 24

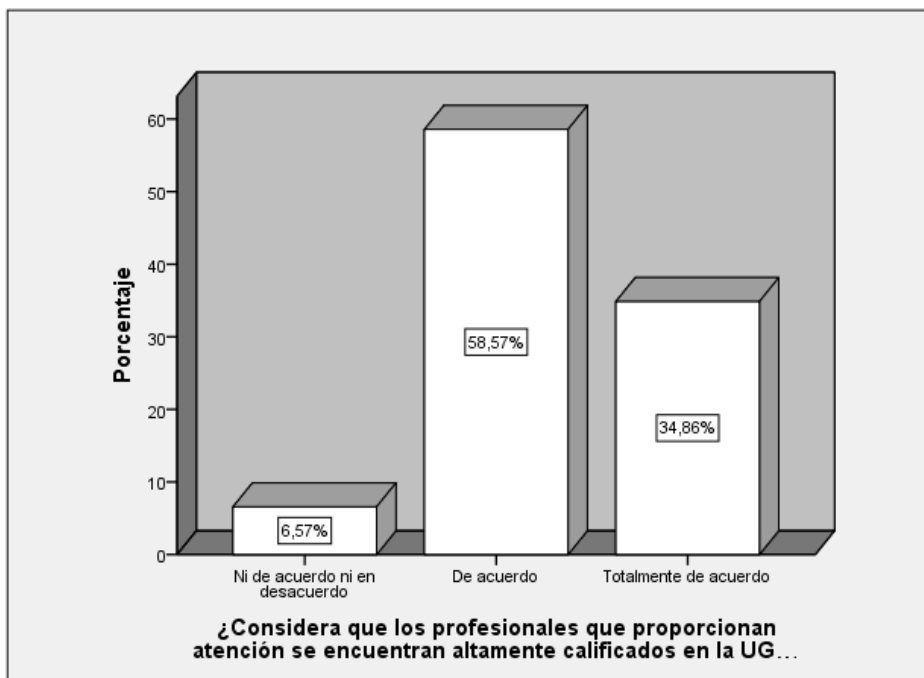
Calificación hacia los trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0
En desacuerdo	0	0	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	6,6	6,6	6,6
De acuerdo	205	58,6	58,6	65,1
Totalmente de acuerdo	122	34,9	34,9	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 21

Calificación hacia los trabajadores



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

El primer ítem del cuestionario de satisfacción, se encuentra dentro de la dimensión Calidad percibida y se enfoca en el nivel de satisfacción que poseen los usuarios en torno a la calificación que poseen como profesionales los trabajadores de la institución. De los 350 encuestados, el 58.57% conformado por 205 usuarios esta “de acuerdo” con la pregunta, el 34.86% posee una satisfacción alta en torno a la consulta realizada y solo el 6.57% conformado por 23 personas se encuentra en una posición indiferente. No se registraron opiniones en torno a la escala 1 o 2.

- Dimensión Calidad Percibida – Ítem 18

Tabla 25

Errores

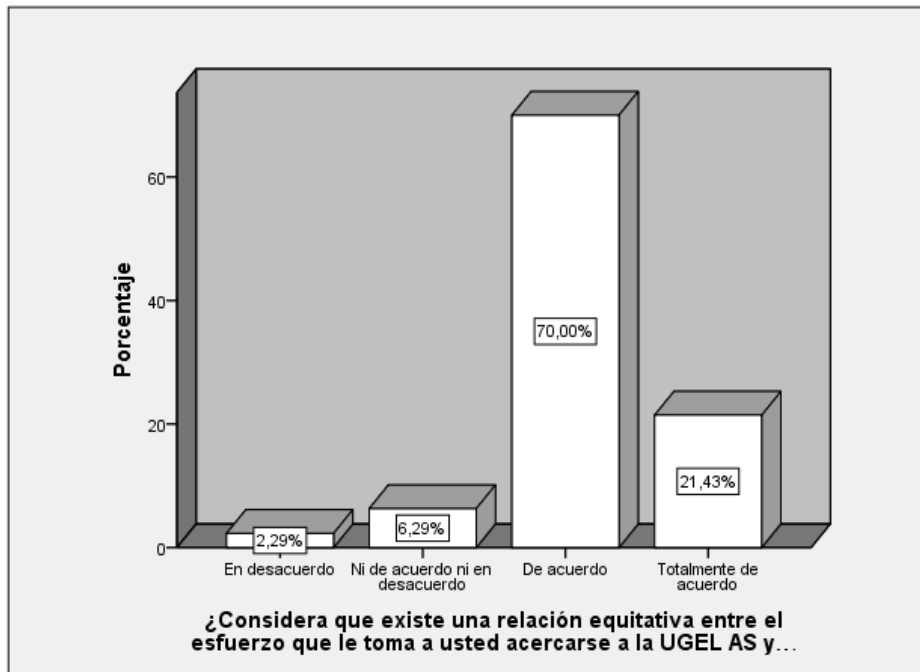
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0
En desacuerdo	8	2,3	2,3	2,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	6,3	6,3	8,6
De acuerdo	245	70	70	78,6

Totalmente de acuerdo	75	21,4	21,4	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 22

Apariencia de los trabajadores



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En el ítem 2 y figura 22, se aprecia que el 70% de los encuestados que engloba a 245 personas consideran estar “de acuerdo” con que existe una relación equitativa entre el esfuerzo que toma ir a la UGEL y el servicio que reciben de esta. Un 21.43% conformado por 75 personas mantiene alta satisfacción en torno a la pregunta, el 6.29% se mantiene indiferente ante la consulta y por último el 2.29% conformado por 8 personas sostiene estar “en desacuerdo” con la pregunta recibida. Relación equitativa se refiere a “reciprocidad usuario-institución”.

- Dimensión Calidad Percibida – Ítem 19

Tabla 26

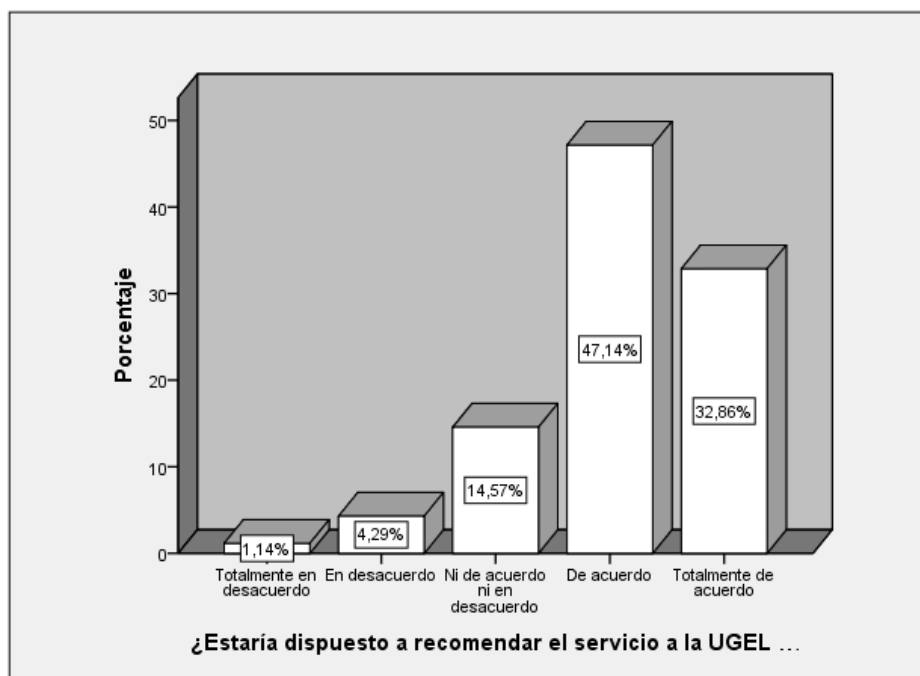
Recomendación del Servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	1,1	1,1	1,1
En desacuerdo	15	4,3	4,3	5,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	51	14,6	14,6	20,0
De acuerdo	165	47,1	47,1	67,1
Totalmente de acuerdo	115	32,9	32,9	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 23

Recomendación del servicio



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

A partir del ítem 19, se encuentra la dimensión de valor percibido. En la figura 23 se aprecia que el 47.14% conformado por 165 usuarios, es decir más de la tercera parte del total se encuentra “de acuerdo” con recomendar el servicio de la institución a otros docentes, similar caso ocurre con el 32.86% de la muestra, que se encuentra “totalmente de acuerdo” con la

pregunta. Por otro lado, 51 usuarios, es decir el 14.57% mantienen una posición regular en torno al ítem, y por último el 4.29% y el 1.14% manifiesta estar “en desacuerdo” y “totalmente en desacuerdo”, respectivamente.

- Dimensión Valor Percibido – Ítem 20

Tabla 27

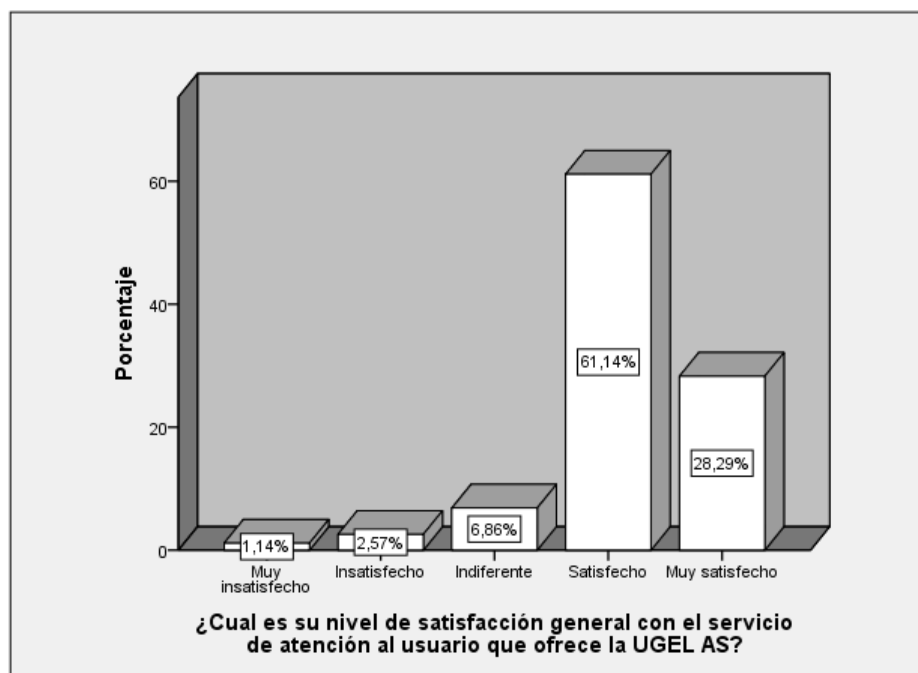
Nivel de satisfacción general

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Muy Insatisfecho	4	1,1	1,1	1,1
Insatisfecho	9	2,6	2,6	3,7
Indiferente	24	6,9	6,9	10,6
Satisfecho	214	61,1	61,1	71,7
Muy Satisfecho	99	28,3	28,3	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 24

Nivel de satisfacción general



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

A partir del ítem 20, hubo una variación en la escala Likert para que pueda tener concordancia con las preguntas del instrumento. Como se puede apreciar en la figura 24, un grupo de 214 usuarios que forman parte del 61.14% que se considera Satisfecho en torno al nivel de satisfacción general que posee, un total de 99 personas representando el 28.29% del total de la muestra se considera “muy satisfecho”. El grupo de usuarios que es indiferente a esta calificación son 24 representando el 6.86% del total, mientras que un 2.57% mantiene una posición “insatisfecha” en torno a su nivel de satisfacción general

- Dimensión Expectativas Del Usuario – Ítem 21

Tabla 28

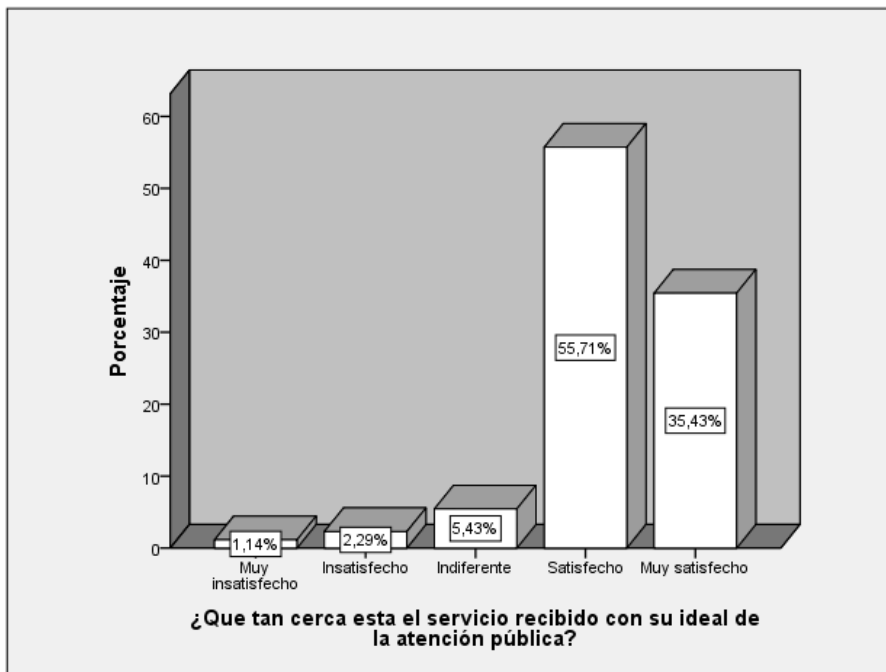
Ideal de atención pública

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Muy Insatisfecho	4	1,1	1,1	1,1
Insatisfecho	8	2,3	2,3	3,4
Indiferente	19	5,4	5,4	8,9
Satisfecho	195	55,7	55,7	64,6
Muy Satisfecho	124	35,4	35,4	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 25

Ideal de atención pública



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En el ítem 21, se comienza a trabajar con la dimensión expectativas del usuario. En base a lo visto en la figura 25, se concluye que existe un alto nivel de satisfacción de los usuarios con lo recibido en comparación a sus ideales de atención pública ya que el 55.71% de los encuestados se encuentra “satisfecho” y el 35.43%, “muy satisfecho”, un total de 319 personas. Un grupo de 19 personas es “indiferente” a la pregunta presentada, mientras que un 3.4% de los usuarios se siente “insatisfecho” y “totalmente insatisfecho” respecto a lo obtenido con lo esperado.

- Dimensión Expectativas del Usuario – Ítem 22

Tabla 29

Expectativas del usuario

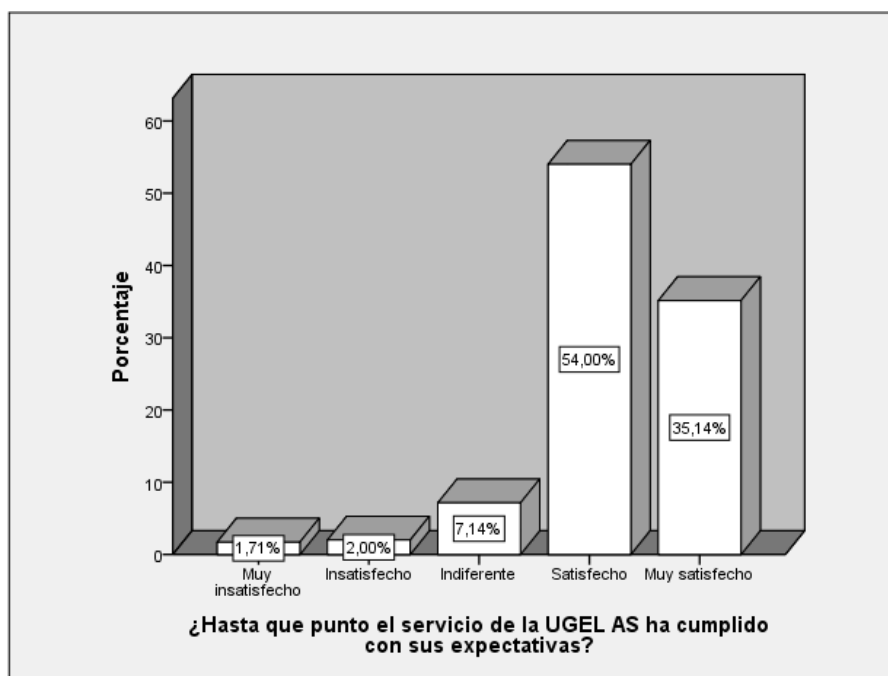
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Muy Insatisfecho	6	1,7	1,7	1,7
Insatisfecho	7	2,0	2,0	3,7
Indiferente	25	7,1	7,1	10,9
Satisfecho	189	54,0	54,0	64,9
Muy Satisfecho	123	35,1	35,1	100,0

Total 350 100,0 100,0

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 26

Expectativas del usuario



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la figura 26, se observa que 123 personas de los 350 encuestados presentan un alto nivel de cumplimiento de expectativas, un 35.14% del total. Seguido de esto, se encuentra el grupo de 189 personas que representan el 54% de encuestados que consideran sentirse “satisfechos”. Escalas más abajo, tenemos a un conjunto pequeño de 13 personas que conforman el 2% y el 1.71% de la muestra, califican sus expectativas como “insatisfecho” y “muy insatisfecho”, respectivamente. Cerca de 25 usuarios son indiferentes a las expectativas cumplidas.

2. Escalas de Valoración

Baremar es construir un baremo; La baremación es el procedimiento de modificar las puntuaciones logradas en el cuestionario a un conjunto de puntuaciones estandarizadas y de fácil interpretación en relación al constructo que se está midiendo (Berral y otros, 2010).

A continuación, se presenta la baremación de cada dimensión de los instrumentos y de cada variable:

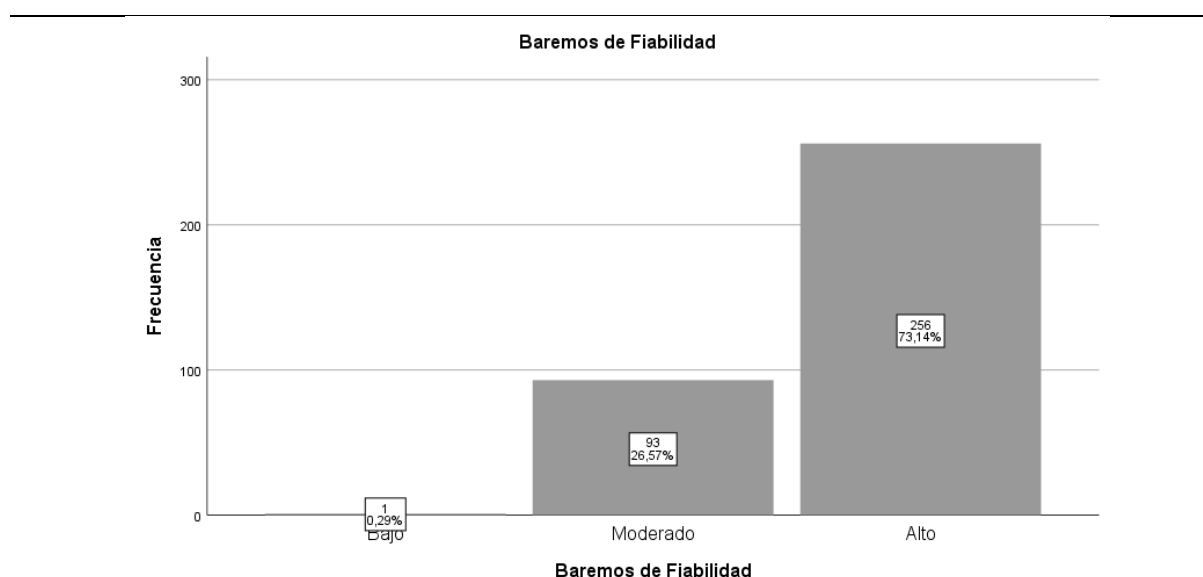
2.1 Calidad del Servicio

- Dimensión Fiabilidad:

Tabla 30*Baremos de Fiabilidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	1	0.3	0.3	3
Moderado	93	26.6	26.6	26.9
Alto	256	73.1	73.1	100.0
Total	350	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 27*Baremos de fiabilidad*

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Dentro de la figura 27 se encuentra la dimensión de fiabilidad dividida en 03 intervalos bajo los cuales se analizan los resultados obtenidos de las 03 primeras preguntas del cuestionario. En el rango más alto, encontramos a 256 personas, que representan el 73.14% de la muestra, luego tenemos a 93 personas que engloban al 26.57% que se mantienen en el rango “moderado”, y por último tenemos a solo 01 persona que se encuentran en el intervalo “bajo”. Se puede concluir que existe un alto nivel de fiabilidad, sin embargo, es considerable también el porcentaje de personas que se encuentra en el rango “moderado”.

- Dimensión Capacidad de Respuesta

Tabla 31

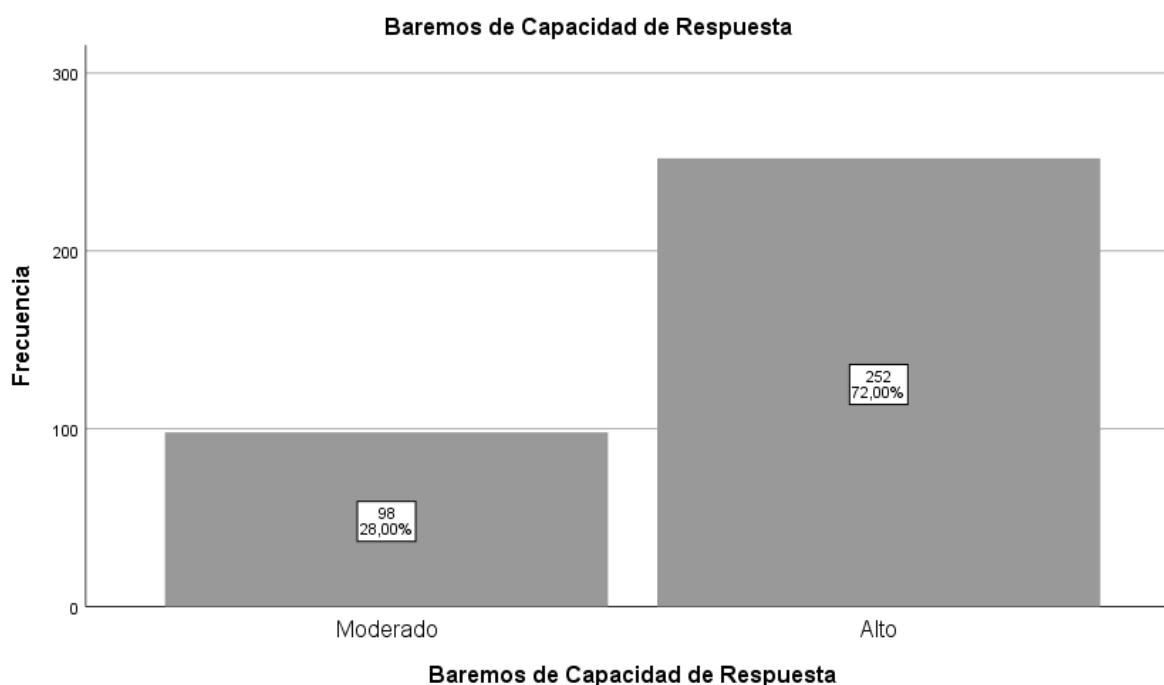
Baremos de capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Moderado	98	28.0	28.0	28.0
Alto	252	72.0	72.0	100.0
Total	350	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 28

Baremos de capacidad de respuesta



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la figura 28 se encuentra la dimensión de capacidad de respuesta dividida en 02 intervalos bajo los cuales se analizan los resultados obtenidos del segundo grupo de preguntas del cuestionario de calidad. En el rango más alto, encontramos a 252 personas, que representan el 72.00% de la muestra mientras que en el rango “moderado” vemos que se encuentran 98

personas las cuales conforman el 28% del total de encuestados. Al no observar un rango menor, se puede concluir que en promedio, la gran mayoría de usuarios no poseen una baja percepción hacia la dimensión de capacidad de respuesta y todos los ítems que abarca.

- Dimensión Seguridad

Tabla 32

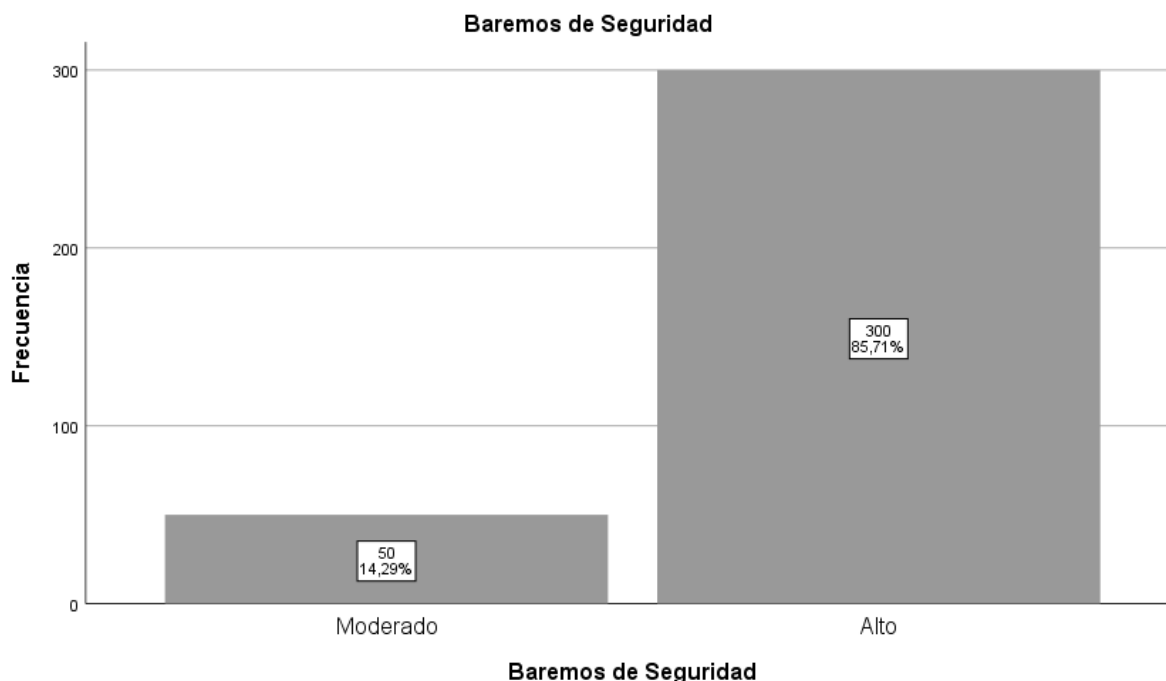
Baremos de seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Moderado	50	14.3	14.3	14.3
Alto	300	85.7	85.7	100.0
Total	350	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 29

Baremos de seguridad



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En base a la figura 29, podemos analizar que en la dimensión seguridad, el promedio de respuestas se sitúa entre los intervalos “moderado” y “alto”. El 65.71% de usuarios que esta conformado por 300 personas, se encuentra con un nivel alto de percepción hacia la seguridad, caso contrario ocurre con 50 usuarios que son el 14.29% del total que se mantiene en un nivel moderado de percepción hacia la dimensión seguridad. Si bien es cierto que no se puede apreciar al nivel “bajo”, esto no quiere decir que no exista, sin embargo, su total es una cantidad tan mínima que no se encuentra en nuestra escala de valoración.

- Dimensión Empatía

Tabla 33

Baremos de empatía

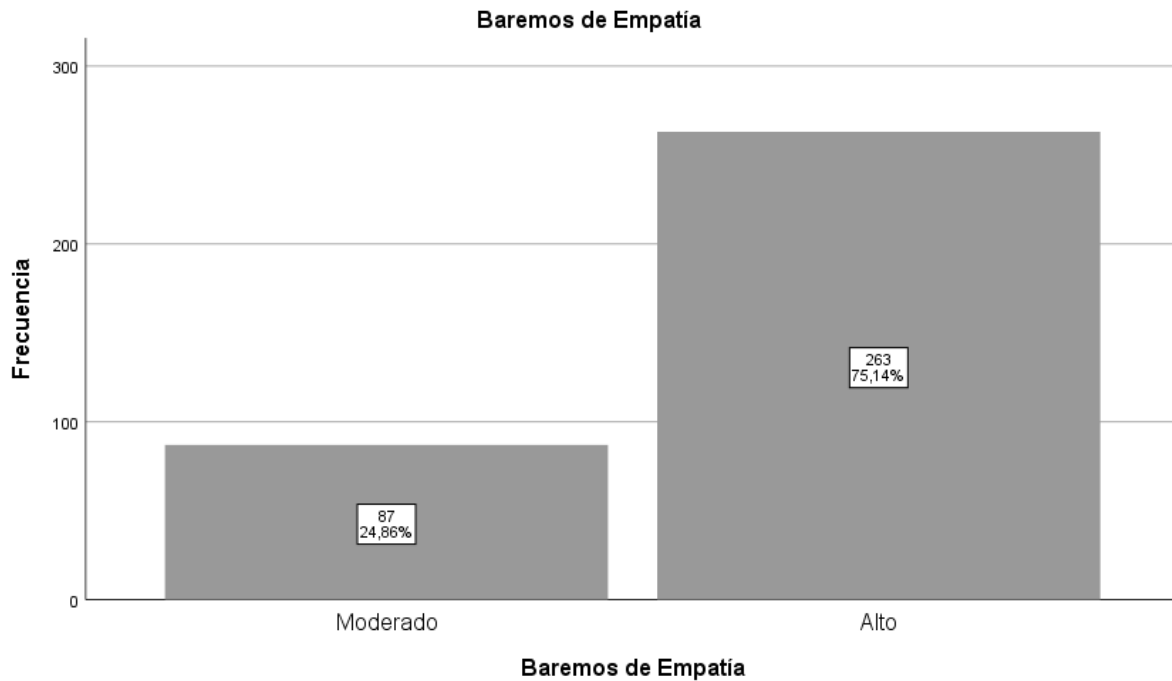
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Moderado	87	24.9	24.9	24.9
Alto	263	75.1	75.1	100.0

Total	350	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 30

Baremos de empatía



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Al igual que en los casos anteriores, en la figura 30, se observa como el promedio de valoraciones de la dimensión de empatía se sitúa en niveles “alto” y moderado. Son 263 personas que poseen una percepción “alta” hacia la empatía otorgada por los trabajadores de la institución, y 87 usuarios que manifiestan una percepción de nivel “moderado” hacia esta dimensión.

- Dimensión Elementos Tangibles

Tabla 34

Baremos de elementos tangibles

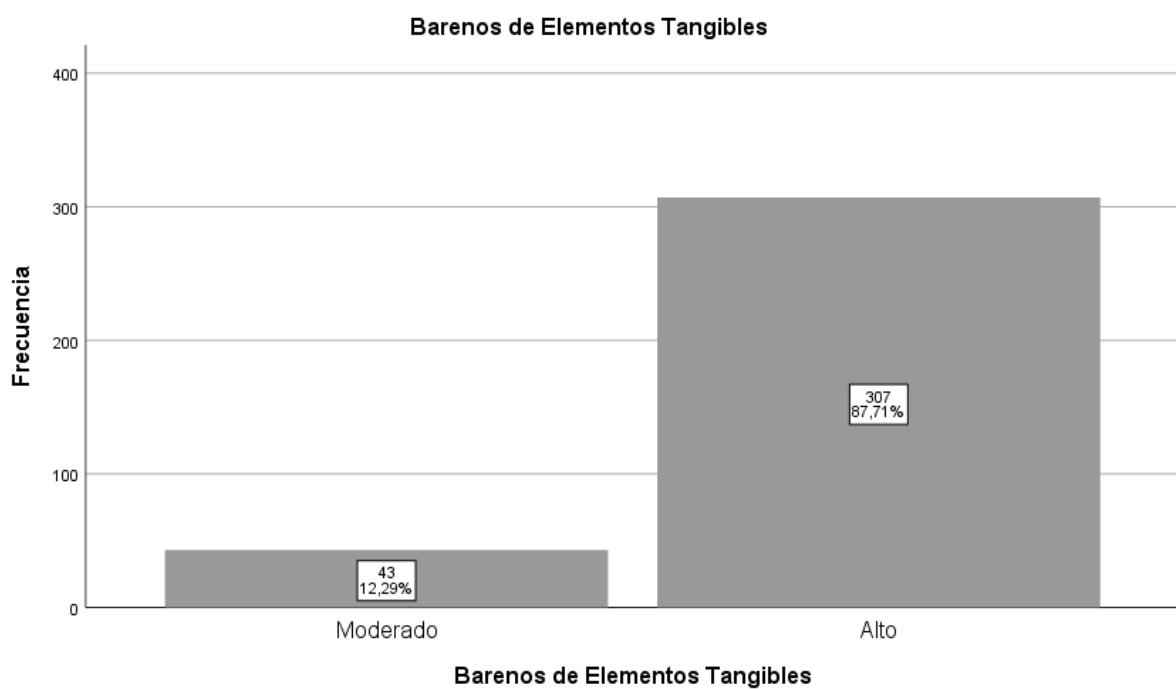
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

Bajo	0	0	0	0
Moderado	43	12.3	12.3	12.3
Alto	307	87.7	87.7	100.0
Total	350	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 31

Baremos de elementos tangibles



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la figura 31 se observa una similitud con los baremos de dimensiones anteriores, sin embargo, es resaltante lo marcada que se encuentra la diferencia entre los intervalos definidos. En este caso, existe una divergencia de 264 usuarios entre ambas calificaciones. El nivel “alto” se conforma por 307 personas que representan casi al 90% de la muestra total, mientras que el nivel “moderado” este compuesto solo por 43 personas que vendrían a ser el 12% del total. En esta dimensión, se ve una relevante variación entre escalas de valoración a comparación de las dimensiones anteriores.

- Variable Calidad del Servicio

Tabla 35

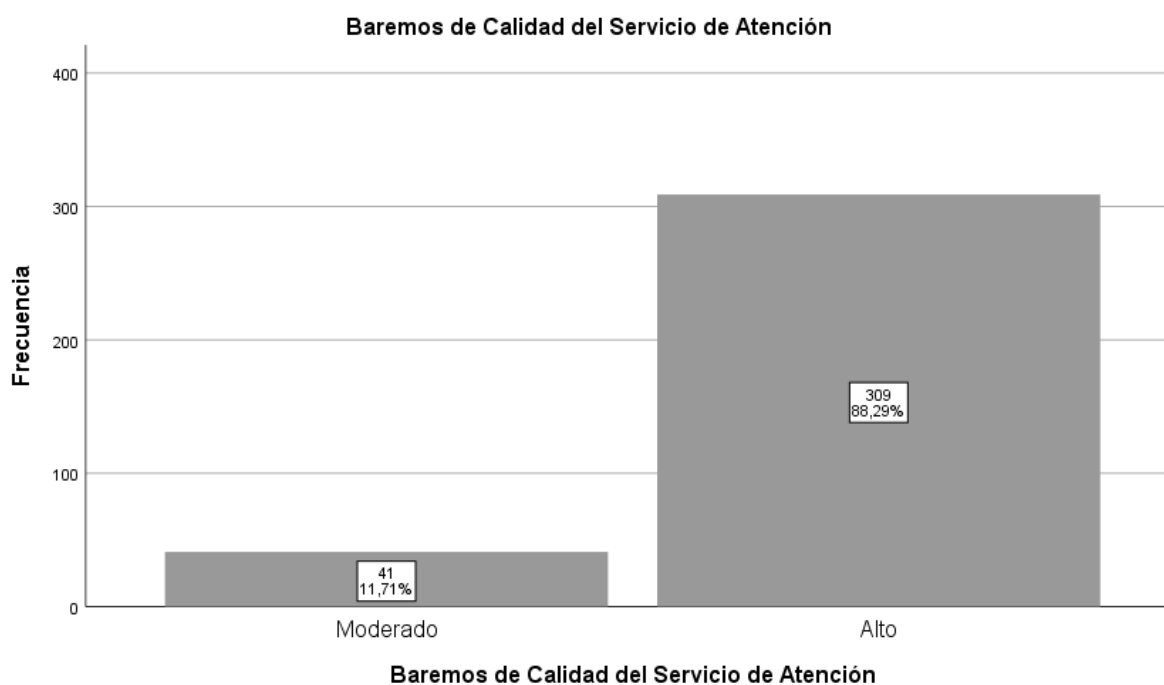
Baremos de variable calidad del servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Moderado	41	11.7	11.7	11.7
Alto	309	88.3	88.3	100.0
Total	350	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 32

Baremos de variable calidad del servicio



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la figura 32 se analizar la escala de valoración absoluta de la variable de calidad de servicio. De nuestra muestra de 350 personas, el promedio de respuestas con un nivel “alto” de percepción es de 309 que vendrían a representar el 88.29% del total, la cantidad restante se encuentra en la escala “moderada” de percepción, con una suma de 41 personas simbolizando

el 11.71%. En base a lo anterior, se deduce el alto nivel de percepción que poseen los usuarios respecto al servicio que obtienen, no obstante, no se puede ignorar que existe un mínimo número de usuarios que no se sienten conformes con algunos de los ítems consultados.

2.2 Satisfacción del Usuario

- Dimensión Valor Percibido

Tabla 36

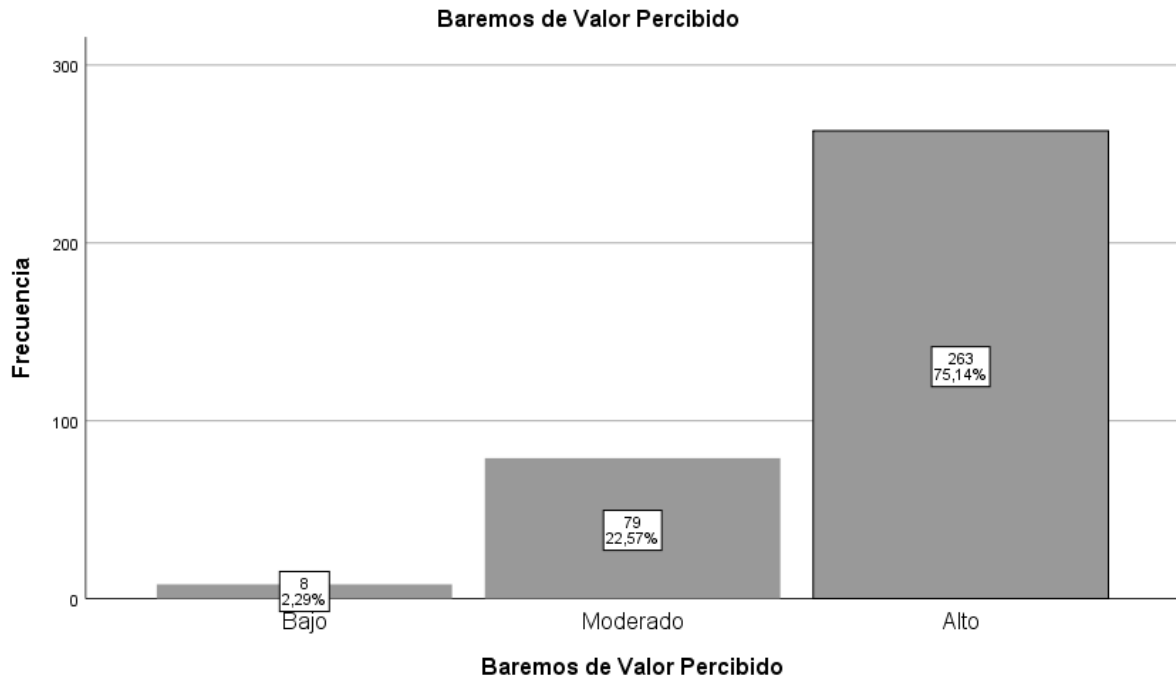
Baremos de valor percibido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	8	2.3	2.3	2.3
Moderado	79	22.6	22.6	24.9
Alto	263	75.1	75.1	100.0
Total	350	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 33

Baremos de valor percibido



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

A partir de la figura 33, comienzan las escalas de valoración de la dimensión valor percibido perteneciente a la variable de satisfacción del usuario. En esta sección se observa al gráfico dividido en 03 segmentos: en el nivel alto se encuentran 263 personas que pertenecen al 75.14% de la muestra, luego tenemos al 22.57% dentro del intervalo “moderado” y por último, el 2.29% se encuentra en el nivel “bajo” de valor percibido por los usuarios hacia la entidad.

- Dimensión Calidad Percibida

Tabla 37

Baremos de calidad percibido

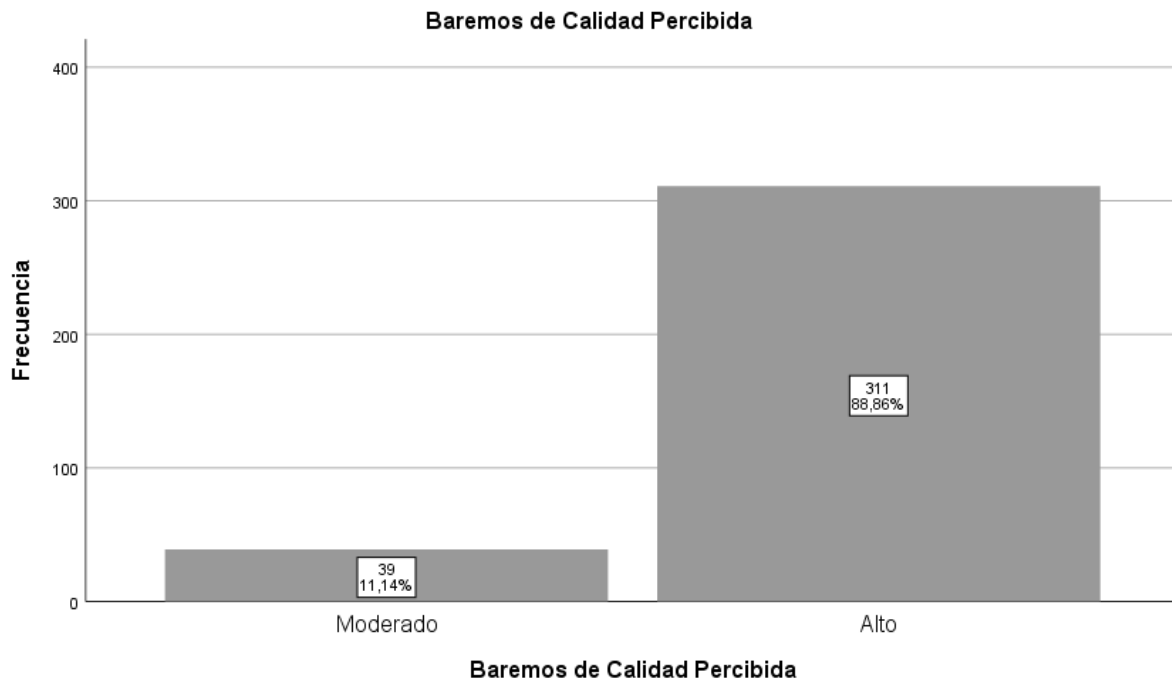
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Moderado	39	11.1	11.1	11.1
Alto	311	88.9	88.9	100.0

Total	350	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 34

Baremos de calidad percibida



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Como se aprecia en la figura 34, se encuentran solo 02 escalas de valoración. El nivel “moderado” se conforma por 39 personas en promedio, que pertenecen al 11.14% de los encuestados, mientras que en el nivel más “alto” se observa a casi el 90% de personas que participaron en la encuesta, específicamente 311 que manifiestan un alto nivel de calidad percibida. No se observan datos en el nivel “bajo”, lo que indicaría un buen nivel de calidad percibida por los cesantes.

- Dimensión Expectativa del Usuario

Tabla 38

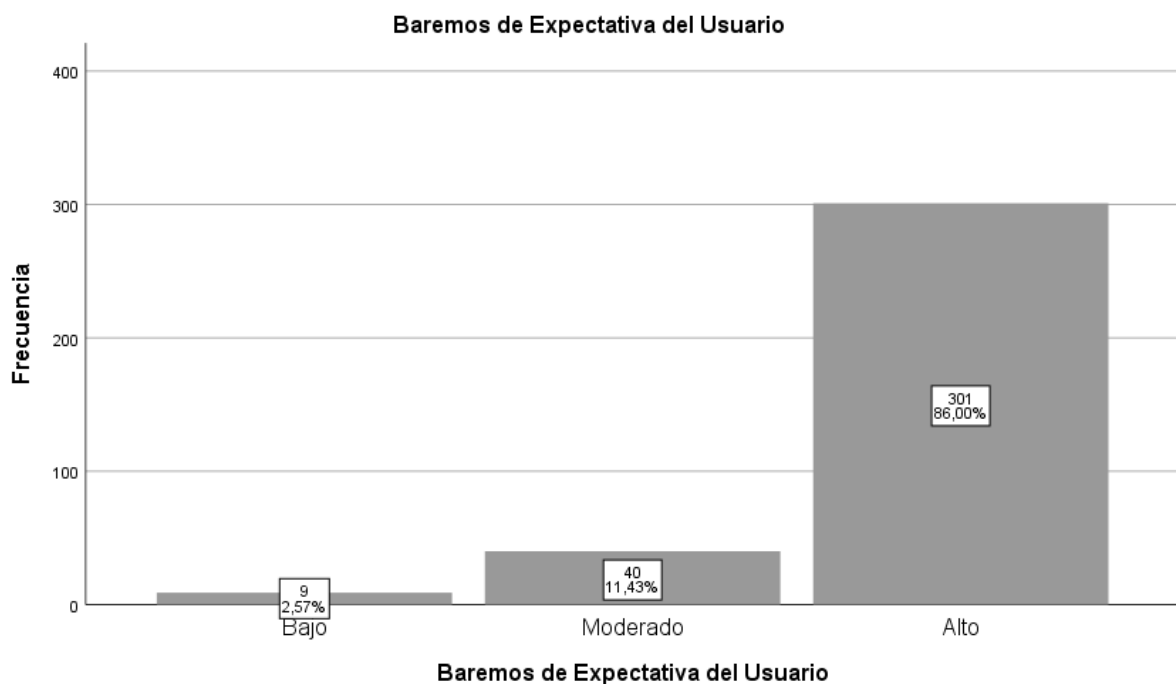
Baremos de Expectativa del usuario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	9	2.6	2.6	2.6
Moderado	40	11.4	11.4	14.0
Alto	301	86.0	86.0	100.0
Total	350	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 35

Baremos de expectativa del usuario



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la figura 35, se puede examinar una notable diferencia entre los usuarios que mantienen un nivel “alto” de expectativas a comparación del grupo que posee un nivel “moderado”, hay que agregar también que se visualiza un pequeño grupo de 09 personas que representan al 2.5 % del total de la muestra y que poseen bajas expectativas. Son 301 personas representando al 86% de usuarios que sostienen altas expectativas en torno a la entidad y 40 personas que tienen moderadas expectativas.

- Variable Satisfacción del usuario

Tabla 39

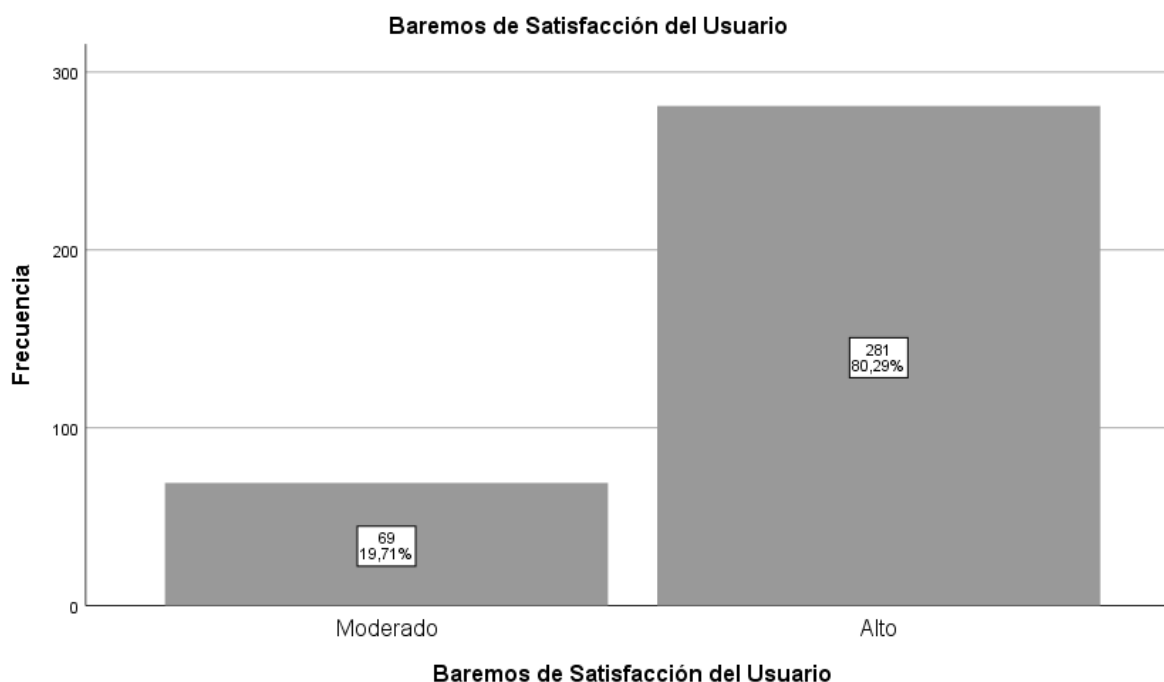
Baremos de variable satisfacción del usuario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Moderado	69	19.7	19.7	19.7
Alto	281	80.3	80.3	100.0
Total	350	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Figura 36

Baremos de variable satisfacción del usuario



Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la figura 36 se analizar la escala de valoración absoluta de la variable Satisfacción del usuario. De nuestra muestra de 350 personas, el promedio de respuestas con un nivel “alto” de

percepción es de 281 que vendrían a representar el 80.29% del total, la cantidad restante se encuentra en la escala “moderada” de percepción, con una suma de 69 personas simbolizando el 19.71%. En base a lo anterior, podemos deducir el alto nivel de satisfacción que poseen los usuarios respecto al servicio que obtienen, no obstante, no se puede ignorar que existen un mínimo número de usuarios que no se sienten conformes con algunos de los ítems consultados.

3. Análisis Correlacional

3.1 Prueba de Normalidad

Se determinó la normalidad de las variables, mediante la prueba de Kolmogórov-Smirnov, debido a que nuestra muestra es mayor a 50 ($n > 50$).

Las hipótesis planteadas son las siguientes:

- Ho: No existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario cesante en la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur durante el año 2023.
- H1: Existe una relación positiva y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios cesantes en la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur durante el año 2023.

Tabla 40

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción del Usuario	0.178	350	0.000	0.926	350	0.000
Calidad de Servicio	0.142	350	0.000	0.940	350	0.000

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

Se observa, en la tabla 41, que el P valor de la variable Calidad del Servicio = $0.000 < 0.05$.

De manera similar, el p valor de la variable Satisfacción del Usuario = $0.000 < 0.05$.

Dado que las dos variables de investigación poseen un valor menor a 0.05, se concluye que no se distribuyen en forma normal, por lo que se opta por usar pruebas de hipótesis no paramétricas, en este caso se utilizará Rho de Spearman para la prueba de hipótesis.

3.2 Correlación entre variables

El coeficiente de correlación entre las variables de estudio se determinará mediante el Rho de Spearman, definida como una prueba no paramétrica que se emplea para calcular la relación entre dos variables y no se cumple la premisa de normalidad en la distribución de tales valores (Mondragón, 2014)

Tabla 41

Correlación entre variables de investigación – Rho de Spearman

			Calidad del servicio	del Satisfacción del Usuario
Rho de Spearman	Calidad del Servicio – V1	Coeficiente de correlación	1.000	0.708
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	350	350
	Satisfacción del usuario – V2	Coeficiente de correlación	0.708	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	350	350

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la tabla 42, se observar que el coeficiente de correlación obtenido es de 0.708.

Tabla 42

Grado de relación según coeficiente de correlación

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media

+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: (Hernández Sampieri & Fernández Collado, 1998)

Como se puede observar, en la tabla 43 se tiene a las diferentes interpretaciones que podemos otorgar al coeficiente obtenido. En el caso de la presente investigación, nos indica que existe una Correlación Positiva considerable entre ambas variables.

Como p valor = $0.000 < =0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, teniendo como resultado la existencia de una relación positiva entre la Calidad del servicio y la Satisfacción del Usuario cesante en la Unidad de Gestión Educativa Local durante el año 2023, siendo esta una correlación positiva considerable, dado al coeficiente de Spearman ($r=0.708$).

3.3 Correlación por dimensiones

En este apartado, se analiza la correlación entre las dimensiones del cuestionario SERVPERF y la variable satisfacción, con el fin de dar respuesta a los objetivos específicos.

3.3.1 Fiabilidad y Satisfacción del usuario

Tabla 43

Correlación entre dimensión Fiabilidad y Satisfacción

			Fiabilidad	Satisfacción del Usuario
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coefficiente de correlación	1.000	0.507
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	350	350
Spearman	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	0.507	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	350	350

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la tabla 44 se observa que el Rho de Spearman obtenido es de 0.507 el cual implica una correlación positiva media según la interpretación en la tabla 13.

Se determina que existe una relación positiva media entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario cesante de la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur durante el año 2023.

3.3.2 Capacidad de Respuesta y Satisfacción del usuario

Tabla 44

Correlación entre dimensión Capacidad de Respuesta y Satisfacción

		Capacidad de Respuesta	de	Satisfacción del Usuario
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	de	1.000
		Sig. (bilateral)		0.000
		N		350
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	de	0.588
		Sig. (bilateral)		0.000
		N		350

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la tabla 45 se observa que el Rho de Spearman obtenido es de 0.588 el cual implica una correlación positiva considerable según la interpretación en la tabla 13.

Se determina que existe una relación positiva considerable entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario cesante de la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur durante el año 2023.

3.3.3 Seguridad y Satisfacción del usuario

Tabla 45

Correlación entre dimensión Seguridad y Satisfacción

		Seguridad	Satisfacción del Usuario
--	--	-----------	--------------------------

	Seguridad	Coeficiente de correlación	1.000	0.587
		Sig. (bilateral)		0.000
Rho de Spearman		N	350	350
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0.587	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	350	350

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la tabla 46 se observa que el Rho de Spearman obtenido es de 0.587 el cual implica una correlación positiva considerable según la interpretación en la tabla 13.

Se determina que existe una relación positiva considerable entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario cesante de la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur durante el año 2023.

3.3.4 Empatía y Satisfacción del usuario

Tabla 46

Correlación entre dimensión Empatía y Satisfacción

			Empatía	Satisfacción del Usuario
	Empatía	Coeficiente de correlación	1.000	0.492
		Sig. (bilateral)		0.000
Rho de Spearman		N	350	350
	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	0.492	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	350	350

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la tabla 47 se observa que el Rho de Spearman obtenido es de 0.492 el cual implica una correlación positiva media según la interpretación en la tabla 13.

Se determina que existe una relación positiva media entre la empatía y la satisfacción del usuario cesante de la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur durante el año 2023.

3.3.5 Elementos Tangibles y Satisfacción del usuario

Tabla 47

Correlación entre dimensión Elementos Tangibles y Satisfacción

		Elementos Tangibles	Satisfacción del Usuario
Rho de Spearman	Elementos Tangibles	Coeficiente de correlación	0.622
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	350
Rho de Spearman	Satisfacción del usuario	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	350

Fuente: Elaboración propia, extraído de SPSS 24.

En la tabla 48 se observa que el Rho de Spearman obtenido es de 0.622 el cual implica una correlación positiva considerable según la interpretación en la tabla 13.

Se determina que existe una relación positiva considerable entre los elementos tangibles y la satisfacción del usuario cesante de la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur durante el año 2023.

4. Discusión

En cuanto al análisis del objetivo general, la correlación entre Calidad de Servicio y Satisfacción del Usuario, se obtuvo un coeficiente de 0.708, el cual se entiende como una correlación positiva considerable según el grado de interpretación de Spearman; de forma similar, Paucar et al (2021) obtuvo un coeficiente de 0.7145 al correlacionar la Calidad de servicio con la satisfacción de los usuarios en su muestra, correspondiéndole la misma interpretación. El autor menciona también que en base a su análisis descriptivo la mayoría de usuarios de la UGEL San Juan de Miraflores 01, se sentían muy satisfechos con el servicio. Sin

embargo, en la investigación de Morales (2016), la correlación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario fue de 0.269, según nuestro cuadro de interpretación, vendría a ser una correlación positiva media, este bajo indicador obtenido también se manifiesta en una de sus conclusiones de investigación: Los docentes de su muestra perciben una mala calidad de servicio brindado por el personal de la UGEL en relación a las dimensiones de su instrumento, ya que tuvo un valor de 0.073 (correlación positiva débil), por lo cual el autor propone diseñar y aplicar un proceso de mejora continua permanente a la calidad del servicio en la UGEL Chucuito-Juli.

Respecto al diagnóstico de la dimensión fiabilidad, se obtuvo un coeficiente de correlación con satisfacción del usuario de 0.507, el cual se interpreta como una correlación positiva considerable según el grado de interpretación de Spearman; de forma similar, Condor (2022) obtuvo un coeficiente de 0.619 al correlacionar la fiabilidad con la satisfacción de los usuarios en su muestra, correspondiéndole la misma interpretación. Al igual que los resultados de la presente investigación, el autor obtuvo en sus resultados de las encuestas, a más del 50% de usuarios en el rango más alto de puntuación. La fiabilidad es la habilidad de proveer el servicio de la forma más conveniente y oportuna infundiendo confianza (Setó, 2004).

El diagnóstico de la dimensión capacidad de respuesta, obtuvo un coeficiente de correlación de 0.588, el cual se encuentra en un nivel alto según el grado de interpretación de Spearman; de forma contraria, Guzmán & Ramos (2018) obtuvo un coeficiente de 0.497 al correlacionar la capacidad de respuesta con la satisfacción de los usuarios en su muestra. Este nivel se encuentra un grado más abajo que el rango de correlación obtenido en la presente investigación. Las razones de este suceso radican en que el autor obtuvo menos del 50% de sus encuestados en los niveles más altos de su encuesta, lo cual se puede observar en su análisis descriptivo de la dimensión.

Referente a seguridad y satisfacción del usuario, cuyo valor de Spearman es de 0.587, se concluye que existe una correlación positiva considerable, además $p=0.000$, a nivel de significancia $p<0.05$ indica que la seguridad se relaciona significativamente con la satisfacción de los usuarios cesantes. Ello difiere de lo argumentado en el trabajo académico de Ganoza (2019), la autora determinó que no existe relación significativa entre la dimensión y variable en cuestión, debido a que su coeficiente de Spearman es 0.310 (correlación positiva débil). Tal y como menciona (Parasuraman y otros, 1991) que la seguridad comprende la experiencia

adquirida para desarrollar un servicio seguro y la búsqueda constante de ser cortés a través de la presentación y respeto hacia el usuario.

Concerniente a la empatía y su relación con la satisfacción del usuario, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.492, además $p=0.000$, a nivel de significancia $p < 0.05$ indica que la empatía se relaciona notablemente con la satisfacción del usuario de la UGEL AS, asimismo, se determinó que existe un nivel alto de empatía. Contradictoriamente, en la investigación de Villacorta (2021) se encuentran bajos niveles de empatía del usuario en su análisis descriptivo, encontrándose con el 68% de encuestados que considera que sus trabajadores son empáticos a un nivel bajo. Recordemos que la empatía nos permite ver las cosas desde la perspectiva de otro haciendo referencia a como uno quisiera ser atendido.

Por último, respecto al diagnóstico de la dimensión elementos tangibles, se obtuvo un coeficiente de correlación con satisfacción del usuario de 0.622, el cual se interpreta como una correlación positiva considerable según el grado de interpretación de Spearman, además $p=0.000$, a nivel de significancia $p < 0.05$ indica que los elementos tangibles se relacionan notablemente con la satisfacción del usuario de la UGEL AS. De forma contraria, Ganoza (2019) obtuvo un coeficiente de 0.378 al correlacionar los elementos tangibles con la satisfacción de los usuarios en su muestra, correspondiéndole una correlación positiva media.

5. Conclusiones

Primera. En base a la investigación realizada, se concluye que en la institución existe un alto nivel de calidad de servicio percibida por los usuarios y en consecuencia, su alta satisfacción. Sin embargo, no se puede ignorar el hecho de que hay un grupo pequeño de usuarios cesantes que manifiestan sentirse en desacuerdo o en total desacuerdo con algunas de las premisas planteadas en la encuesta. Tal y como lo decía (Gallegos, 2007) “la perfección nunca se alcanza, pero siempre se tiene que buscar”, la institución debe enfocar sus esfuerzos no solo en mantener los altos estándares de calidad, sino también en buscar la forma de eliminar las malas percepciones que aún existen. De esta manera, logrará cambiar la percepción general de su público y de la sociedad en general para así convertirse en una herramienta de cambio que demuestre que la confianza institucional es algo que se puede recuperar y mantener a lo largo del tiempo.

Segunda. Se concluye, del objetivo general planteado, que existe una relación positiva considerable entre la variable de Calidad del Servicio y Satisfacción del Usuario en la UGEL Arequipa Sur durante el año 2023, con un coeficiente de correlación de 0.708. Se obtuvo un nivel de significancia de 0.000 por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo que se determina que, a mayor calidad del servicio, mayor será la satisfacción en los usuarios cesantes.

Tercera. El primer objetivo específico radica en identificar la relación que existe entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario cesante en la UGEL-AS. En base a los resultados obtenidos, se confirma que existe una correlación positiva media entre la fiabilidad y la satisfacción del usuario, con un coeficiente de Spearman de 0.507 y con un valor de significancia de 0.000. Por lo tanto, si la institución se enfoca en mejorar los aspectos que evalúa la dimensión de fiabilidad, mayor será el nivel de satisfacción de los usuarios cesantes.

Cuarta. El segundo objetivo específico busca describir la relación que existe entre la Capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario cesante en la UGEL-AS. En base a lo investigado, se concluye que existe una correlación positiva considerable entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del usuario, con un coeficiente de Spearman de 0.588 y con un valor de significancia de 0.000. Por lo tanto, si la institución se enfoca en mejorar los aspectos que

evalúa la dimensión de capacidad de respuesta, mayor será el nivel de satisfacción de los usuarios cesantes.

Quinta. El tercer objetivo específico está enfocado en detallar la relación que existe entre la Seguridad y la satisfacción del usuario cesante en la UGEL-AS. Los resultados demuestran que existe una correlación positiva considerable entre seguridad y satisfacción del usuario, con un coeficiente de Spearman de 0.587 y con un valor de significancia de 0.000. Por lo tanto, si la institución se enfoca en mejorar los aspectos que evalúa la dimensión de seguridad, mayor será el nivel de satisfacción de los usuarios cesantes.

Sexta. El cuarto objetivo específico se orienta en especificar la relación que existe entre Empatía y la satisfacción del del usuario cesante en la UGEL-AS. Los resultados de correlación nos indican que es una relación de tipo positiva media, con un coeficiente de Spearman de 0.492 y con un valor de significancia de 0.000. Por lo tanto, si la institución se enfoca en mejorar los aspectos que evalúa la dimensión de empatía, mayor será el nivel de satisfacción de los usuarios cesantes.

Séptima. Por último, nuestro quinto objetivo específico consiste en relacionar la dimensión de aspectos tangibles y la satisfacción del usuario cesante en la UGEL-AS. Como resultado tenemos a una correlación positiva considerable, caracterizada por un coeficiente de 0.622 y con un valor de significancia de 0.000. Por lo tanto, si la institución se enfoca en mejorar los aspectos que evalúa la dimensión de elementos tangibles, mayor será el nivel de satisfacción de los usuarios cesantes.

6. Recomendaciones

Concerniente a la investigación realizada, a los resultados obtenidos y a las conclusiones emanadas es pertinente realizar las siguientes recomendaciones:

Primera. A partir de la investigación realizada, se recomienda a los demás profesionales de todas las áreas, investigadores y estudiantes, realizar actividades de investigación en torno a poblaciones vulnerables, debido a que los trabajos de investigación en su mayoría no son enfocados en ellos, para así promover su integración y alzar su voz en una sociedad caracterizada por la indiferencia hacia ellos.

Segunda. Fomentar la formación continua del personal: Se recomienda implementar programas de formación y capacitación para el personal encargado de la atención a los docentes. Esto puede incluir cursos sobre habilidades de comunicación, empatía, resolución de problemas y manejo de situaciones difíciles. La formación continua garantiza que el personal esté preparado para brindar un servicio de alta calidad.

Tercera. Establecer indicadores internos de desempeño: Se recomienda la creación de indicadores de desempeño claros y medibles para evaluar la calidad del servicio en cada oficina. Estos indicadores podrían incluir tiempos de respuesta promedio, tasas de resolución de problemas y encuestas de satisfacción periódicas. El seguimiento de estos indicadores permitirá identificar áreas de mejora y evaluar el progreso a lo largo del tiempo a través de informes de seguimiento, boletines informativos o reuniones periódicas. La transparencia en la comunicación demuestra el compromiso de la institución con la satisfacción del usuario.

Cuarta. Fomentar la retroalimentación de los usuarios y realizar encuestas de satisfacción periódicas: Es importante establecer canales de retroalimentación efectivos, como buzones de sugerencias, para que los docentes puedan expresar sus opiniones y preocupaciones. Asimismo, se recomienda realizar encuestas de satisfacción de manera regular para evaluar la percepción de sobre la calidad del servicio. Esta retroalimentación directa puede ser una herramienta valiosa para identificar áreas específicas que requieren mejoras y para medir el impacto de las iniciativas implementadas.

Quinta. Se recomienda promover una cultura de servicio, estableciendo estándares claros de atención al usuario y comunicando la importancia de la satisfacción del usuario en toda la institución, mediante sesiones de capacitación periódica

Sexta. Reconocer y recompensar el buen servicio: Se recomienda plantear la posibilidad de implementar un programa de reconocimiento y recompensas para el personal que demuestre un alto nivel de servicio al cliente. Esto puede motivar al personal a mantener y mejorar constantemente la calidad del servicio.

Referencias

- Acuña, J. (2003). *Ingeniería de confiabilidad*. Tecnológica de Costa Rica.
- Alcalde, P. (2019). Calidad 3ª edición. *Paraninfo*.
- Arteaga, E. (2013). La teoría del capital social de Robert Putnam: Originalidad y carencias. *Reflexión Política*, 15(29), 44-60.
- Bellizi, Eboli, & Mazulla. (2020). Air Transport Service Quality Factors: a Systematic Literature Review. *Transportation Research Procedia*, 45, 218-225.
<https://doi.org/https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352146520301721?via%3Dihub>
- Berral, E., Fernandez, J., Ferrer, R., & Llacuna, J. (2010). *La Evaluación de riesgos psicosociales*. Blanca Impresores S.L.
- Blasco, & Pérez. (2007). Metodologías de investigación en educación física y deporte: Ampliando Horizontes. *Editorial Club Universitario*.
- Brunso, B. (2005). *CONSUMER PERCEPTION OF THE QUALITY OF BEEF RESULTING FROM VARIOUS FATTENING REGIMES*. LIVESTOCK PRODUCTION SCIENCE.
- Casas, Repullo, & Donado. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de datos. *Aten Primaria*, 8, 527-38.
- Cássia, & Goncalvez. (2005). Modelo de satisfacción ACSI modificado del sector de telefonía móvil. *Revista de Administración de Empresas*.
- Castañeda, V. (2019). Los problemas públicos y la gestión pública. *Propuesta país*, 2.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del Talento Humano*. Bogota: McGraw Hill.
- Choque, J., Canqui, Y., Jallo, J., & Pelayo, A. (2018). *Confianza en las instituciones públicas y percepción de la corrupción en el Perú*.
- Cottle, D. (1991). *El servicio centrado en el cliente*. Diaz de Santos S.A.
- D'elia, G., & Walsh, S. (1984). Un estado mental o cognición que el usuario adquiere a través del uso y la evaluación resultante de servicios de biblioteca. *Bulletin des Bibliothèques de France*, 29(1), 16.
- Deming. (1989). *Calidad, productividad y competitividad*. La salida de la crisis. Madrid, España.
- Donabedian. (2001). La Calidad de la asistencia ¿Cómo podría ser evaluada? *Revista de Calidad Asistencial*, 16(580-587).
- Druker, P. (1990). El ejecutivo eficaz. *Editorial Sudamericana*.
- Escoriza. (1985). *Motivación y Aprendizaje*. Psicología de la educación.

- Escoriza, J. (1985). Motivación y Aprendizaje. *Psicología de la Educación*, 528-556.
- Espinoza, J. R. (2021). LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. *Horizonte Empresarial*, 8(1), 425-437.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>
- Evans, J., & Lindsay, W. (2008). Administración y control de calidad. En *Cengage Learning*.
- Gallegos. (2007). *Sistema Kaizen en la administración*. Innovaciones de Negocios.
- Garbarino, E., & Johnson, M. (1999). The Different roles of satisfaction, trust and commitment in customer relationship. *Journal of Marketing*, 63(2), 70.
- García, H. (2016). “Propuesta de indicadores de calidad del servicio al cliente en una empresa manufacturera de productos de transmisión en potencia. *Mexico*.
<http://148.204.210.201/tesis/1471374614461HugoGarciaAr.pdf>
- Gronroos, C. (1978). A Service Oriented Approach to Marketing of Services. *European Journal of Marketing*.
- Gummenson, E. (1979). The marketing of professional services—An organizational dilemma. *European Journal of Marketing*.
<https://doi.org/https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EUM0000000004951/full/html>
- Gutierrez, H. (2010). *Calidad Total y Productividad* (Vol. 3° edición.). McGraw- Hill.
- Hernandez, Fernandez, & Baptista. (2010). *Metodología de la Investigación 5ed.*
- Indecopi. (2022). (27 de January de 2022). Retrieved 11 de February de 2023, from Gobierno del Perú.
- IPSOS. (2022). *Encuesta Nacional sobre percepción de corrupción en el Perú*.
- Kabboul, F. (1984). *Curso de reingeniería en las empresas de servicio*.
- Kaizen. (1996). *Mejora Continua*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *DIRECCIÓN DE MARKETING 14ED*. PEARSON.
- Kotler. (2003). Fundamentos del marketing. 6ta edición. En P. Hall.
- Landeau. (2007). *Elaboracion de trabajos de investigacion*. Editorial Alfa.
- Lara, F. (1992). Código de Hammurabi. *Tecno*.
- Leppard, J., & Molyneux, L. (2000). Como mejorar su servicio al cliente. *Gestión España*.
- Loli, A., & Del Carpio, J. (2014). La satisfacción y la calidad de servicio en organizaciones públicas y privadas de Lima Metropolitana. *Revista de investigación en Psicología*, 16(1), 171.

- Martínez, J. (2008). *Implementación del índice mexicano de satisfacción del usuario para evaluar la satisfacción de los beneficiarios del programa "Abasto Rural" a cargo de la secretaria de desarrollo social.*
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Revista Perspectivas*, 34, 181-209.
https://doi.org/http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&tlng=es
- Mejías, E. (2008). Medición de la calidad de servicio. *Universidad de Ciencia y Tecnología*, 9(34), 81-85.
- Méndez, C. (2006). Clima organizacional en Colombia. El IMCOC: Un método de análisis. *Colección de lecciones de administración.*
- Morris, C., & Maisto, A. (2011). *Introducción a la psicología.* Mexico: Pearson.
- Navas. (1990). *Motivación Humana: Relaciones entre atribuciones y expectativas.* Colección de Investigación educativa.
- Navas, L. (1990). *Motivación Humana: Relaciones entre atribuciones y expectativas.* Colección de Investigación Educativa.
- Oliver, L. (1997). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. *New York NY: Irwin-McGraw-Hil.*
- Oviedo. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de estudios Sociales*, 1(18), 89-96.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1991). Refinement and Reassessment of SERVQUAL. *Journal of Retailing.*
- Pizzo, M. (15 de Abril de 2013). *Construyendo una definición de calidad en el servicio.*
<http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definición-de-calidad-en-el-servicio/html>
- Rezaei, J., Khotadiya, O., Tavassy, L., & Kroesen, M. (2018). Evaluación de calidad de sistemas de manejo de equipaje de aerolíneas utilizando SERVQUAL y BMW. *Turismo Gestión*, 66, 85-93.
- Roca, E. (2003). *Cómo mejorar tus habilidades sociales.* Valencia: ACDE ediciones.
- RUIZ BOLIVAR, C. (2002). Instrumentos de Investigación educativa - Procedimientos para su diseño y validación. *Ediciones CIDEG.*
- Sampieri, Collado, & Lucio. (2003). El proceso de investigación y los enfoques cuantitativo y cualitativo hacia un modelo integral. *McGraw-Hill Interamericana*, 10.

- Sanchez, A., Rosello, J., & Munar, E. (2014). *Atención y Percepción*. Alianza Editorial.
- Schneider, B., Bowen, D., Ehrhart, M., & Holcombe, K. (2000). *The climate of service*.
- Simón, H., Casado, J., & Castejón, J. (2017). Análisis de la actividad laboral de los estudiantes universitarios y de sus efectos sobre el rendimiento académico. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 15(2), 281-306.
- Solórzano, G. (2013). Importancia de la calidad de servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *El buzón de Pacioli*.
- Thompson, I. (2009). *Definición de cliente*. Recuperado el 11 de Octubre.
- Trivelli, C., Ñopo, H. ..., & Ghezzi, P. (2021). Coronashock: ¿Cómo reactivar la economía? *DEBATE*.

ANEXO 2 : Matriz de Operacionalización

Problema	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
¿Cuál es la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario cesante de la Unidad de Gestión Educativa Local en el año 2023?	Calidad del Servicio (Variable Independiente)	Hábito adoptado por una organización para interpretar necesidades y expectativas de clientes con el fin de brindar un servicio excelente, aún bajo situaciones imprevistas, de tal manera que se obtenga un valor mayor al esperado. (Pizzo,2013)	La medición se realizará mediante el cuestionario SERVPEF, el cual consta con 22 ítems que se agrupan en 05 dimensiones que se calificarán en Escala Likert.	FIABILIDAD	- Nivel de compromiso respecto a entregables - Nivel de cortesía detectada. - Número de errores en atención.	1-3	Ordinal
				CAPACIDAD DE RESPUESTA	- Nivel de rapidez de respuestas - Nivel de claridad y entendimiento - Nivel de tiempo e interés entregado.	4-6	Ordinal
				SEGURIDAD	- Porcentaje de usuarios que vieron expuesta su información. - Número de usuarios conformes con los procedimientos. - Número de errores en procesos.	7-9	Ordinal
				EMPATÍA	- Porcentaje de usuarios que manifiestan atención personalizada - Nivel de comprensión declarado. - Porcentaje de usuarios que sienten interés en la atención. -Número de quejas respecto a instalaciones físicas	10-12	Ordinal
				ELEMENTOS TANGIBLES	- Número de observaciones respecto a la apariencia de los trabajadores institucionales - Número de quejas relacionadas a la falta de recursos materiales.	13-16	Ordinal
	Satisfacción del Usuario Cesante (Variable Dependiente)	Conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como resultado de comparar lo percibido en un producto o resultado contra las expectativas que se tenían. (Kotler & Keller, 2012).	La medición se realizará bajo un cuestionario basado en el modelo ACSI, el cual propone 03 dimensiones relacionadas a satisfacción , la calificación será en Escala Likert.	CALIDAD PERCIBIDA	- Nivel de conformidad con el desempeño de los trabajadores. - Nivel de valoración que se otorga a la atención recibida.	1-2	Ordinal
				VALOR PERCIBIDO	-Nivel de satisfacción general con el servicio de atención al usuario. - Nivel de recomendación que se otorga a la institución.	3-4	Ordinal
				EXPECTATIVAS DEL USUARIO	- Porcentaje de usuarios que se obtuvo altas expectativas. - Nivel de similitud entre el ideal de atención pública y lo obtenido.	5-6	Ordinal

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 3 : Presupuesto Nacional de Personal 2023



APLICATIVO INFORMATICO PARA EL REGISTRO CENTRALIZADO DE PLANILLAS
Y DE DATOS DE LOS RECURSOS HUMANOS DEL SECTOR PÚBLICO

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
DIRECCIÓN GENERAL DE GESTIÓN FISCAL DE LOS RECURSOS HUMANOS

Fecha: 05/05/2023

Hora: 6.18 PM

Página: 3 / 3

PRESUPUESTO ANUAL DE PERSONAL - 2023

Fuente de Financiamiento : TODAS

Nominación del Cargo	Niv. Rem.	REGISTROS			INGRESO MENSUAL						Monto Anual S/	INGRESO OCASIONAL				Ingreso Total Anual S/
		Ocu.	Vac.	Total	Ingreso Imponible	Carga Social	Ingreso No Imponible	Incentivo Único	Guardia Hospitalaria	Total Mensual		Escolaridad	Aguinaldo/ Gratificación	Otros Ocasionales	Total Ocasional	
Eventual		36	8	44	81,510.00	7,336.12	44,730.00	0.00	0.00	133,576.12	1,602,913.44	17,600.00	26,400.00	0.00	44,000.00	1,646,913.44
-Subtotal Activos		430	133	563	607,064.25	64,845.59	329,810.42	0.00	0.00	1,001,720.26	12,020,643.12	131,079.88	196,620.00	0.00	327,699.88	12,348,343.00
Subtotal OTROS ACTIVOS		430	133	563	607,064.25	64,845.59	329,810.42	0.00	0.00	1,001,720.26	12,020,643.12	131,079.88	196,620.00	0.00	327,699.88	12,348,343.00
Total ACTIVOS		5224	194	5418	10,810,081.93	999,345.99	6,098,706.55	791,473.00	0.00	18,699,607.47	224,395,289.64	2,073,079.88	3,109,620.00	0.00	5,182,699.88	229,577,989.52
PENSIONISTAS																
Pensionistas		3170	0	3170	1,897,327.00	0.00	1,986,653.30	0.00	0.00	3,883,980.30	46,607,763.60	1,267,600.00	1,902,000.00	0.00	3,169,600.00	49,777,363.60
Sobrevivientes		396	0	396	240,069.04	0.00	127,230.93	0.00	0.00	367,299.97	4,407,599.64	154,100.00	231,150.00	0.00	385,250.00	4,792,849.64
Total PENSIONISTAS		3566	0	3566	2,137,396.04	0.00	2,113,884.23	0.00	0.00	4,251,280.27	51,015,363.24	1,421,700.00	2,133,150.00	0.00	3,554,850.00	54,570,213.24
CAS																
Contrato Administrativo de Servicios																
Cas		29	0	29	44,061.51	3,965.62	0.00	0.00	0.00	48,027.13	576,325.56	0.00	17,400.00	0.00	17,400.00	593,725.56
PpR		134	15	149	251,800.00	21,510.48	0.00	0.00	0.00	273,310.48	3,279,725.76	0.00	89,400.00	0.00	89,400.00	3,369,125.76
UGEL		18	4	22	77,300.00	4,410.56	0.00	0.00	0.00	81,710.56	980,526.72	0.00	13,200.00	0.00	13,200.00	993,726.72
-Subtotal Contrato Administrativo de Servicios		181	19	200	373,161.51	29,886.66	0.00	0.00	0.00	403,048.17	4,836,578.04	0.00	120,000.00	0.00	120,000.00	4,956,578.04
Total CAS		181	19	200	373,161.51	29,886.66	0.00	0.00	0.00	403,048.17	4,836,578.04	0.00	120,000.00	0.00	120,000.00	4,956,578.04
PROMOTORAS																
Promotoras																
Promotoras		0	215	215	0.00	0.00	116,500.00	0.00	0.00	116,500.00	1,398,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,398,000.00
-Subtotal Promotoras		0	215	215	0.00	0.00	116,500.00	0.00	0.00	116,500.00	1,398,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,398,000.00
Total PROMOTORAS		0	215	215	0.00	0.00	116,500.00	0.00	0.00	116,500.00	1,398,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,398,000.00
PALMAS MAGISTERIAL																
Palmas Magisterial-A		3	0	3	0.00	0.00	3,500.00	0.00	0.00	3,500.00	42,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	42,000.00
Palmas Magisterial-P		10	0	10	0.00	0.00	12,000.00	0.00	0.00	12,000.00	144,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	144,000.00
Total PALMAS MAGISTERIAL		13	0	13	0.00	0.00	15,500.00	0.00	0.00	15,500.00	186,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	186,000.00
TOTAL UE 001104 - REGION AREQUIPA-EDUCACION AREQUIPA		8984	428	9412	13,320,639.48	1,029,232.65	8,344,590.78	791,473.00	0.00	23,485,935.91	281,831,230.92	3,494,779.88	5,362,770.00	0.00	8,857,549.88	290,688,780.80

ANEXO 3: Características De La Muestra

1. Número de encuestados según sexo

Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hombre	161	46,0	46,0	46,0
	Mujer	189	54,0	54,0	100,0
	Total	350	100,0	100,0	

2. Número de encuestados según edad

Edad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	60 A 69 AÑOS	262	74,9	74,9	74,9
	70 A 79 AÑOS	88	25,1	25,1	100,0
	Total	350	100,0	100,0	

Como se puede observar en las tablas adjuntas, la muestra fue conformada mayoritariamente por 189 mujeres representando un 54%, mientras que los varones se encontraron en un número de 161. En cuanto a la edad, se encuestó generalmente a cesantes que poseen de 60 a 60 años, los cuales representan un 74.9% y la cantidad restante corresponde a un 25.1% perteneciente a 88 docentes cesantes.

ANEXO 4 : Juicio De Expertos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del Experto:** José Gálax Céspedes Elguera
1.2. **Grado académico:** Magister
1.3. **Profesión:** Ing. Biotecnólogo
1.4. **Institución donde labora:** Universidad La Salle
1.5. **Denominación del instrumento:** Cuestionario SERVPERF – Variable Calidad

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
2.1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2.2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
2.3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
2.4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
2.5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
2.6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL						30
SUMATORIA TOTAL		30				

III. RESULTADOS DE LA OPINIÓN DE EXPERTO

- 3.1. **Valoración total cuantitativa:**
3.2. **Opinión:** FAVORABLE (X) DEBE MEJORAR () NO FAVORABLE ()
3.3. **Observaciones:** Ninguna

Arequipa, 10 de julio del 2023



José Gálax Céspedes Elguera

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del Experto:** José Gálax Céspedes Elguera
1.2. Grado académico: Magister
1.3. Profesión: Ing. Biotecnólogo
1.4. Institución donde labora: Universidad La Salle
1.5. Denominación del instrumento: Cuestionario Modelo ACSI – Variable Satisfacción del Usuario.

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
2.1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2.2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
2.3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
2.4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
2.5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
2.6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					16	10
SUMATORIA TOTAL		26				

III. RESULTADOS DE LA OPINIÓN DE EXPERTO

- 3.1. Valoración total cuantitativa:**
3.2. Opinión: FAVORABLE (X) DEBE MEJORAR () NO FAVORABLE ()
3.3. Observaciones: Ninguna

Arequipa, 10 de julio del 2023



 José Gálax Céspedes Elguera

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del Experto: Cateriano Fonseca Ligia Narela
- 1.2. Grado académico: Magister en Ciencias
- 1.3. Profesión: Licenciada en Administración
- 1.4. Institución donde labora: Universidad La Salle
- 1.5. Denominación del instrumento: Cuestionario Modelo ACSI – Variable Satisfacción del Usuario.

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
2.1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2.2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
2.3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
2.4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
2.5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
2.6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					16	10
SUMATORIA TOTAL		26				

III. RESULTADOS DE LA OPINIÓN DE EXPERTO

- 3.1. Valoración total cuantitativa:
- 3.2. Opinión: FAVORABLE (X) DEBE MEJORAR () NO FAVORABLE ()
- 3.3. Observaciones:

Arequipa,



Firma

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del Experto: **Cateriano Fonseca Ligia Narela**
 1.2. Grado académico: **Magíster en Ciencias**
 1.3. Profesión: **Licenciada en Administración**
 1.4. Institución donde labora: **Universidad La Salle**
 1.5. Denominación del instrumento: **Cuestionario SERVPERF – Variable Calidad**


II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
2.1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2.2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
2.3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
2.4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
2.5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
2.6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					16	10
SUMATORIA TOTAL		26				

III. RESULTADOS DE LA OPINIÓN DE EXPERTO

- 3.1. Valoración total cuantitativa:
 3.2. Opinión: FAVORABLE (X) DEBE MEJORAR () NO FAVORABLE ()
 3.3. Observaciones:

Arequipa,



Firma

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del Experto: Miguel Gerardo Mendoza Vargas
- 1.2. Grado académico: Doctor
- 1.3. Profesión: Docente universitario
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Tecnológica de los Andes (UTEA)
- 1.5. Denominación del instrumento: Cuestionario SERVPERF – Variable Calidad

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
2.1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					5
2.2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					5
2.3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					5
2.4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					5
2.5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					5
2.6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					5
SUMATORIA PARCIAL						30
SUMATORIA TOTAL		30				

III. RESULTADOS DE LA OPINIÓN DE EXPERTO

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 30
- 3.2. Opinión: FAVORABLE (X) DEBE MEJORAR () NO FAVORABLE ()
- 3.3. Observaciones: El instrumento ya ha sido validado por estudios anteriores

Arequipa, 23 de agosto de 2023



Firma

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del Experto: Miguel Gerardo Mendoza Vargas
- 1.2. Grado académico: Doctor
- 1.3. Profesión: Docente universitario
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Tecnológica de los Andes (UTEA)
- 1.5. Denominación del instrumento: Cuestionario Modelo ACSI – Variable Satisfacción del Usuario.

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
2.1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					5
2.2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					5
2.3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					5
2.4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					5
2.5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					5
2.6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					5
SUMATORIA PARCIAL						30
SUMATORIA TOTAL		30				

III. RESULTADOS DE LA OPINIÓN DE EXPERTO

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 30
- 3.2. Opinión: FAVORABLE (X) DEBE MEJORAR () NO FAVORABLE ()
- 3.3. Observaciones: El instrumento ya ha sido validado por estudios anteriores

Arequipa, 23 de agosto de 2023



Firma



Instrumento de Recolección de Datos

Buenos días estimado docente.

El presente cuestionario tiene por finalidad conocer su posición con respecto a la Calidad de Servicio y su Satisfacción como Usuario que percibe de la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur. Esta encuesta es **anónima, voluntaria y tiene finalidad académica**; sin embargo, servirá para sugerir mejoras en beneficio de usted, por lo cual le pedimos que responda con sinceridad.

Muchas Gracias.

1. Género

Masculino

Femenino

2. Edad

40 a 59 años

60 a 69 años

70 a 79 años

Otros

Cuestionario SERVPERF- Calidad del Servicio

INSTRUCCIONES:

Por favor sea objetivo en sus respuestas, para ello tiene una escala del 1 al 5 donde:

1	2	3	4	5
Totalmente En Desacuerdo	En desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De acuerdo	Totalmente De Acuerdo

Indicador			1	2	3	4	5
FIABILIDAD	1.	¿Se cumplen los plazos cuando la institución se compromete a hacer algo en cierto periodo de tiempo?			x		
	2.	¿Los trabajadores fueron corteses de forma constante con usted?			x		
	3.	¿La institución procura realizar su servicio libres de errores?			x		
CAPACIDAD DE RESPUESTA	4.	¿Los trabajadores otorgan un servicio rápido y concreto?		x			
	5.	¿El tiempo de duración de la atención brindada es suficiente?			x		
	6.	¿Los trabajadores resolvieron todas sus dudas y apuros con claridad?			x		
SEGURIDAD	7.	¿Se respetó su privacidad (datos, información delicada) en el servicio?					x
	8.	¿Se sintió seguro respecto a los procesos de atención de la institución?			x		
	9.	¿Los trabajadores tenían el conocimiento necesario para poder responder sus preguntas?			x		
EMPATÍA	10.	¿La institución otorgó una atención personalizada?			x		
	11.	¿Los trabajadores mostraron interés en resolver sus dificultades?		x			
	12.	¿Usted comprendió la solución que le otorgaron a sus consultas?			x		
ELEMENTOS TANGIBLES	13.	¿La institución tiene equipos de aspecto moderno?				x	
	14.	¿Las instalaciones físicas de la institución son limpias y cómodas?					x
	15.	¿Los trabajadores de la institución tienen una apariencia pulcra acorde al servicio?					x
	16.	¿Los recursos materiales asignados al servicio fueron los suficientes y necesarios ?.					x

Cuestionario ACSI – Satisfacción del Usuario

INSTRUCCIONES:

Por favor sea objetivo en sus respuestas, para ello tiene una escala del 1 al 5 donde:

1	2	3	4	5
Totalmente En Desacuerdo	En desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	De acuerdo	Totalmente De Acuerdo

INDICADOR	ITEM		1	2	3	4	5
CALIDAD PERCIBIDA	1	¿Considera que los profesionales que proporcionan atención se encuentran altamente calificados en la UGEL AS?			X		
	2	¿Considera que existe una relación equitativa entre el esfuerzo que le toma a usted acercarse a la UGEL AS y la atención que recibe de esta?				X	
VALOR PERCIBIDO	3	¿Estaría dispuesto a recomendar el servicio de la UGEL AS a demás personas?				X	

INSTRUCCIONES:

Por favor sea objetivo en sus respuestas, para ello tiene una escala del 1 al 5 donde:

1	2	3	4	5
Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy Satisfecho

INDICADOR	ITEM		1	2	3	4	5
VALOR PERCIBIDO	4	¿Cuál es su nivel de satisfacción general con el servicio de atención al usuario que ofrece la UGEL AS?			X		
VALOR PERCIBIDO	5	¿Qué tan cerca está el servicio recibido con su ideal de la atención pública?			X		
EXPECTATIVAS DEL USUARIO	6	¿Hasta qué punto el servicio de la UGEL AS ha cumplido con sus expectativas?			X		

ANEXO 6: Solicitud De Autorización Para Aplicar Instrumento

"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

Arequipa, 21 de julio del 2023

Estimado:

Dr. Marco Antonio Salazar Gallardo

Director de la Unidad de Gestión Educativa Local Arequipa Sur

Asunto: Solicito permiso para realizar investigación en su institución.

GOBIERNO REGIONAL DE AREQUIPA	
UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL	
AREQUIPA SUR	
OFICINA DE TRAMITE DOCUMENTARIO	
FECHA:	24 JUL 2023
DOCUMENTO:	5945829
EXPEDIENTE:	3266729
FOLIOS:	03
HORA:	

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a usted para expresarle un cordial saludo, mi nombre es Berenice Quecaño Pinares identificada con DNI 72513982. Realicé prácticas preprofesionales en la oficina de escalafón de su institución durante el año 2022. Actualmente poseo el grado de bachiller a nombre de la Facultad de Ciencias Empresariales y de la Comunicación de la Universidad La Salle Arequipa. La presente es para hacer de su conocimiento mi interés por desarrollar mi tesis titulada "Calidad del Servicio y Satisfacción del Usuario en la UGEL Arequipa Sur en el año 2023" en su institución, la cual tiene como finalidad determinar el nivel de satisfacción que poseen los usuarios hacia el servicio otorgado, y de esta manera plantear soluciones en beneficio del organismo. Asimismo, deseo solicitar su autorización para la aplicación de una breve encuesta en los docentes que acuden a su jurisdicción, la cual no requiere de extensos períodos de tiempo y tampoco interferirá en las actividades diarias de los trabajadores.

Agradeciendo su atención y consideración, me despido de usted.

Atentamente,



Berenice Albina Quecaño Pinares

72513982

ANEXO 7: Autorización De La UGEL AS Para La Aplicación Del Instrumento



"AÑO DE LA UNIDAD LA PAZ Y EL DESARROLLO"



Arequipa, 2023 Agosto 02

Señorita:
BERENICE ALBINA QUECAÑO PINARES

Presente. -

ASUNTO: autoriza
REF. : Exp.3766729 doc. 5945824

=====

Por la presente se otorga la autorización con la finalidad de que pueda desarrollar su trabajo de investigación de tesis (encuesta) para optar al grado de su título en la Universidad La Salle.

Sin otro particular reitero a usted las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,




Econ. Javier Pardo Espinoza Escudero
Jefe del Area de Administración
UGEL AREQUIPA SUR

JPEE/DAGAD
acqg/sec

ANEXO 8 : Base De Datos Spss

BASE DE DATOS PREGUNTAS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	EDAD	Numérico	8	0	Rango de edad ...	{1, 60 a 69 ...	Ninguno	8	Izquierda	Escala	Entrada
2	GENERO	Numérico	8	0	Sexo	{1, F}...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
3	C1	Numérico	8	0	¿Se cumplen lo...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
4	C2	Numérico	8	0	¿Los trabajador...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
5	c3	Numérico	8	0	¿La institución ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
6	c4	Numérico	8	0	¿Los trabajador...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
7	c5	Numérico	8	0	¿El tiempo de ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
8	c6	Numérico	8	0	¿Los trabajador...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
9	c7	Numérico	8	0	¿Se respetó su...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
10	c8	Numérico	8	0	¿Se sintio segu...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
11	c9	Numérico	8	0	¿Los trabajador...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
12	c10	Numérico	8	0	¿La institución ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
13	c11	Numérico	8	0	¿Los trabajador...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
14	c12	Numérico	8	0	¿Usted compre...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
15	c13	Numérico	8	0	¿La institución ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
16	c14	Numérico	8	0	¿Las instalacio...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
17	c15	Numérico	8	0	¿Los trabajador...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
18	c16	Numérico	8	0	¿Los recursos ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
19	s1	Numérico	8	0	¿Considera que...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
20	s2	Numérico	8	0	¿Considera que...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
21	s3	Numérico	8	0	¿Estaría dispue...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
22	s4	Numérico	8	0	¿Cual es su niv...	{1, Muy ins...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
23	s5	Numérico	8	0	¿Que tan cerca...	{1, Muy ins...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada
24	s6	Numérico	8	0	¿Hasta que pu...	{1, Muy ins...	Ninguno	8	Izquierda	Ordinal	Entrada