

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración

Tesis

**Percepción de la calidad de servicio según los
colaboradores en la Institución Educativa Pública 254
Olimpia Sánchez Moreno de Nivel Inicial, Huancayo**

Kelly Esther Sovero López

Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Administración

Huancayo, 2019

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



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

Asesor

Mg. Nivardo Alonzo Santillán Zapata

Dedicatoria

Dedico la Tesis a mis padres Guillermo y Magda, por su apoyo en cada momento de mi vida, por el amor incondicional de siempre y por brindarme enseñanzas para crecer profesionalmente; a mis hermanas María y Magui por la motivación constante para el desarrollo de esta tesis.

Agradecimientos

Deseo expresar muestras de agradecimiento a Dios, por ser mi guía en este camino y quien me da fuerzas para desarrollarme en el plano moral y profesional.

Asimismo, agradezco a mi familia, por la confianza, el apoyo brindado y por ser quienes siempre están a mi lado cuidándome y ayudándome para cumplir con todos mis objetivos, metas, sueños y anhelos.

Mi más amplio agradecimiento al Mg. Nivardo Alonzo Santillán Zapata, por su paciencia, apoyo, aportaciones, comentarios, correcciones que me brindo en todo el proceso de la elaboración de la presente investigación.

De igual manera, a la Universidad Continental, institución que me brindo la posibilidad de prepararme profesionalmente, adquiriendo conocimientos para enfrentarme al mercado laboral.

A la Mg. Luz Roció Guillen Pérez, directora de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno por brindarme las facilidades para realizar el desarrollo de la investigación y la aplicación del cuestionario SERVQUAL.

Lista de Contenido

Lista de Contenido	ii
Lista de Tablas	vi
Lista de Figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
Introducción	xi
Capítulo I: Planteamiento del Estudio.....	1
1.1. Delimitación de la investigación.....	1
1.1.1. Territorial.	1
1.1.2. Temporal.	1
1.1.3. Conceptual.	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.3. Problemas de la investigación.....	5
1.3.1. Problema general.	6
1.3.2. Problemas Específicos.	6
1.4. Objetivos de la investigación	6
1.4.1. Objetivo general.	6
1.4.2. Objetivos específicos.....	6
1.5. Justificación de la investigación.....	7
1.5.1. Justificación teórica.	7
1.5.2. Justificación práctica.	7
Capítulo II: Marco Teórico.....	8

2.1. Antecedentes de investigación	8
2.1.1. Artículos científicos.....	8
2.1.2. Tesis nacionales e internacionales.....	9
2.2. Bases teóricas	12
2.2.1. Calidad de servicio.	15
2.2.2. Modelo Americano – SERVQUAL.....	20
2.2.3. Variables Intervinientes: Demográficas.	27
2.3. Definición de términos.	28
Capítulo III: Hipótesis y variables	32
3.1. Hipótesis	32
3.1.1. Hipótesis general.	32
3.1.2. Hipótesis específicas.....	32
3.2. Identificación de las variables	32
3.3. Operacionalización de las variables	33
Capítulo IV: Metodología.....	34
4.1. Enfoque de la investigación	34
4.2. Tipo de investigación	34
4.3. Nivel de investigación	34
4.4. Métodos de investigación	34
4.5. Diseño de investigación.....	35
4.6. Población y muestra	35
4.6.1. Población.....	35
4.6.2. Muestra.	36

4.7. Técnicas e instrumento de recolección de datos	36
4.7.1. Técnicas.	36
4.7.2. Instrumentos.....	37
Capítulo V. Resultados.....	40
5.1 Descripción del trabajo de campo	40
5.1.1. Perfil de los informantes	40
5.2. Presentación de resultados	41
5.2.1. Expectativa de servicio sin ponderación.....	42
5.2.2. Percepción de servicio sin ponderación.....	43
5.2.3. Importancia relativa por criterio.....	44
5.2.4. Expectativa de servicio ponderado.....	45
5.2.5. Percepción de servicio ponderado.....	46
5.2.6. Percepción de calidad de servicio – brecha.	48
5.2.7. Percepción comparativa.....	49
5.3. Contrastación de resultados.	51
5.3.1. Análisis de la percepción de la calidad de servicio según el género.....	51
5.3.2. Análisis de la percepción de la calidad de servicio según edad.....	54
5.3.3. Análisis de la percepción de la calidad de servicio según el tiempo de servicio.	59
5.4. Discusión de resultados.	64
5.4.1. Discusión con el primer resultado de la investigación.....	64
5.4.2. Discusión con el segundo resultado de la investigación.....	64
5.4.3. Discusión con el tercer resultado de la investigación.....	66
Conclusiones.....	67

Recomendaciones	69
Referencias	71
Apéndice A. Matriz de Consistencia.....	77
Apéndice B. Instrumento de recolección de datos.....	79
Apéndice C. Validación de Instrumentos.....	83
Apéndice D. Matriz de Correlaciones de la Expectativa	89
Apéndice E. Matriz de Correlaciones de la Percepción.....	90
Apéndice F. Diagrama de Cajas y Bigotes de la Expectativa de Servicio	91
Apéndice G. Diagrama de Cajas y Bigotes de la Percepción de Servicio	92
Apéndice H. Fotos.....	93

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Matricula por edad y género, 2018</i>	2
Tabla 2 <i>Matricula por periodo según edad, 2004 - 2018</i>	3
Tabla 3 <i>Docentes, alumnos matriculado y secciones, 2004-2018</i>	4
Tabla 4 <i>Teorías de calidad de servicio (1980 – 2005)</i>	13
Tabla 5 <i>Operacionalización de las variables</i>	33
Tabla 6 <i>Alfa de Cronbach - Expectativa de servicio</i>	38
Tabla 7 <i>Alfa de Cronbach - Percepción de servicio</i>	38
Tabla 8 <i>Perfil de encuestados en función a las variables de estudio</i>	41
Tabla 9 <i>Tabla descriptiva. Expectativa de servicio</i>	42
Tabla 10 <i>Tabla descriptiva. Percepción de servicio</i>	43
Tabla 11 <i>Tabla descriptiva. La importancia relativa de los componentes</i>	45
Tabla 12 <i>Tabla descriptiva. Expectativa de servicio ponderado</i>	46
Tabla 13 <i>Tabla descriptiva. Percepción de servicio ponderado</i>	47
Tabla 14 <i>Tabla descriptiva. Brecha</i>	48
Tabla 15 <i>Tabla comparativa según componentes de la percepción de la calidad</i>	49
Tabla 16 <i>Tabla descriptiva en función al género</i>	51
Tabla 17 <i>Prueba de normalidad según el género</i>	53
Tabla 18 <i>Prueba de homogeneidad de varianzas</i>	53

Tabla 19 <i>Prueba T-Student</i>	54
Tabla 20 <i>Tabla descriptiva en función a la edad</i>	55
Tabla 21 <i>Prueba de normalidad según la edad</i>	58
Tabla 22 <i>Prueba de homogeneidad de varianzas</i>	58
Tabla 23 <i>Prueba paramétrica - ANOVA</i>	59
Tabla 24 <i>Tabla descriptiva en función al tiempo de servicio</i>	59
Tabla 25 <i>Prueba de normalidad en función al tiempo de servicio</i>	60
Tabla 26 <i>Prueba de homogeneidad de varianzas</i>	63
Tabla 27 <i>Prueba no paramétrica. Kruskal Wallis</i>	63

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> El SERVQUAL y sus dimensiones iniciales	21
<i>Figura 2.</i> Dimensiones del SERVQUAL.....	23
<i>Figura 3.</i> Modelo SERVQUAL y las brechas.....	25
<i>Figura 4.</i> Distribución de medias para expectativa de servicio.....	42
<i>Figura 5.</i> Distribución de medias para percepción de servicio.	43
<i>Figura 6.</i> Comparación entre expectativa de servicio y percepción de servicio con datos no ponderados.	44
<i>Figura 7.</i> Distribución según la importancia relativa para cada componente.	45
<i>Figura 8.</i> Distribución de medias de expectativa de servicio con datos ponderados.	46
<i>Figura 9.</i> Distribución de medias de percepción de servicio con datos ponderado.	47
<i>Figura 10.</i> Comparación de medias ponderadas para expectativa y percepción de servicios.	48
<i>Figura 11.</i> Distribución de frecuencias con relación al género.....	52
<i>Figura 12.</i> Distribución de datos en función al género.....	52
<i>Figura 13.</i> Distribución de frecuencias en relación a la edad.	56
<i>Figura 14.</i> Distribución de la brecha en relación a la edad.....	57
<i>Figura 15.</i> Distribución de frecuencias en relación al tiempo de servicio.....	62
<i>Figura 16.</i> Distribución de la brecha en relación al tiempo de servicio.	63

Resumen

La investigación tuvo como propósito determinar si existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según las variables demográficas de los colaboradores de la Institución Educativa Pública 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo. Se utilizó el libro “Calidad Total en la Gestión de Servicios” como base para la investigación. Para su metodología, se utilizó el método científico, por su naturaleza es cuantitativa no experimental; por su finalidad, es básica, por producir conocimiento, por su alcance, es una investigación transaccional, por recolectar datos en un momento determinado. Se utilizó el instrumento SERVQUAL por medio de sus cinco dimensiones (seguridad, fiabilidad, elementos tangibles, empatía y capacidad de respuesta). Fueron 23 colaboradores los que constituyeron la población, y la muestra que se utilizó fue de 22 encuestados. Los resultados indicaron que en la institución educativa pública (en adelante I.E.P.) existen diferencias de la percepción de la calidad de servicio de acuerdo con las variables intervinientes edad, género y tiempo de servicio.

Palabras clave: Calidad de servicio, SERVQUAL, percepción de calidad, tiempo de servicio, edad, género.

Abstract

The investigation aims to determine whether there are differences on the perception of service quality according to demographic variables of employees of public educational institution 254 Olimpia Sánchez Moreno initial level of the province of Huancayo. The book “Total Quality in Service Management” was used as a basis for research. For its methodology, the scientific method was used, by its nature it is qualitative non-experimental; for its purpose, it is basic, for producing knowledge, for its scope, it is a transactional investigation, for collecting data at a certain moment. The SERVQUAL instrument was used through its five dimensions (tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy). The population was 23 collaborators; the sample that was used was 22 respondents. The results indicated that in the public educational institution there are differences of the perception of the quality of service according to the intervening variables age, gender and service time.

Keywords: Quality of service, SERVQUAL Model, perception of the quality, service time, age, gender.

Introducción

La presente investigación se realizó en el sector educativo, debido a que la educación juega un papel indispensable para impulsar el desarrollo sostenido de una sociedad, ayuda a que el niño se pueda desenvolver mejor en el futuro, encontrar mejores ofertas laborales y tener una mejor calidad de vida; pero en el Perú existen problemas en la cobertura de la educación en todos los niveles, esto hace que la brecha entre lo alcanzado y lo que se espera de la calidad de la enseñanza sea cada vez más grande (Beltrán & Seinfeld, 2006). La educación es el cimiento en la que se sostiene el futuro de un individuo y debe de ser reforzada desde sus inicios, por ello esta debe de ser de calidad.

Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) la calidad de servicio ofrece ventajas competitivas, esto permite superar a la competencia, sobrevivir en un mercado tan cambiante, crecer y generar valor para las organizaciones, de aquí nace la idea de muchos empresarios por satisfacer a sus clientes; pero hoy en día cuando no se cumple con los estándares de satisfacción a los usuarios internos como externos del grupo educativo, es esencial el análisis de la calidad de servicio de la oferta educativa.

La Institución Educativa Pública 254 Olimpia Sánchez Moreno (nivel inicial), ubicada en el Centro Poblado de San Carlos, distrito de Huancayo fue el lugar de estudio para la investigación. Esta institución fue elegida toda vez que su directora manifestó que anteriormente no se analizó o evaluó la calidad del servicio, además indicó que no cuenta con los mecanismos para gestionar la calidad. Por esta razón se propuso utilizar la herramienta SERVQUAL, que es una técnica comercial utilizada por muchas organizaciones para mejorar la calidad de servicio, el cual se aplicó a los docentes y personal administrativo.

La investigación tuvo por objetivo determinar si existen diferencias en la percepción de la calidad de servicio de los colaboradores según las variables demográficas, para conocer si todos los trabajadores perciben de la misma manera esta calidad de servicio brindado por la institución y al final del trabajo se respondió si hay o no diferencias en la percepción de la calidad de servicio según las variables demográficas.

El presente documento está compuesto por cinco capítulos. El primer capítulo muestra el planteamiento del estudio y del problema, así como los objetivos de investigación. El segundo capítulo desarrolla el marco teórico, mostrando los antecedentes, las bases teóricas y la definición de términos. El tercer capítulo presenta la formulación de las hipótesis y las variables de investigación. El cuarto capítulo precisa la metodología que fue aplicada para el desarrollo de la investigación. El quinto capítulo contiene la presentación, contrastación y discusión de los resultados. Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones a las cuales se llegó con la investigación.

Capítulo I: Planteamiento del Estudio

1.1. Delimitación de la investigación

1.1.1. Territorial.

La investigación se realizó en la Institución Educativa Pública 254 Olimpia Sánchez Moreno (nivel inicial), la cual se ubica en el Centro Poblado San Carlos, distrito de Huancayo, provincia de Huancayo, departamento de Junín.

1.1.2. Temporal.

La investigación se realizó durante el año 2018.

1.1.3. Conceptual.

El desarrollo de la investigación consistió en la aplicación de la teoría establecida por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) respecto a la calidad de servicio, el cual fue estructurado en un instrumento definido como el *Service Quality Model* [SERVQUAL].

1.2. Planteamiento del problema

Para el año 1950 se comenzó con la revolución de la calidad donde los japoneses empezaron a buscar la productividad y la competitividad de la compañía, las empresas se orientaban a la mejora constante de sus productos a modo de lograr la satisfacción de las necesidades de la clientela y por supuesto estar adelante de la competencia (Miranda, Chamorro, & Rubio, 2007), en la actualidad y gracias al fenómeno de la globalización, los avances tecnológicos en cuanto al acceso de la información, se evidenció que las organizaciones le dan gran importancia a la calidad del servicio. Como lo señalan Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) la calidad del servicio crea verdaderos clientes, si un cliente está satisfecho con el servicio que escogió, volverá una y otra vez a experimentar ese mismo servicio; además, este cliente recomendará el servicio a sus familiares y amigos. La empresa habrá generado valor y esto permitirá que el cliente prefiera un servicio antes que otro; esto se traduce en una mayor participación del mercado y más beneficios para la empresa.

Por otro lado, la educación peruana en estos últimos años ha venido presentando niveles bajos de rendimiento educativo y se ven diferencias notables en los alumnos de escuelas estatales, esto hace que el estado requiera implementar reformas educativas para mejorar estos indicadores (Medina & Iberico, 2011), las nuevas sociedades buscan mejores ofertas educativas, esto se traduce en un gran reto para este sector.

Según Meza (2017), los profesores realizaron huelgas exigiendo al gobierno incremento de salario, la reorganización de la “Dirección Regional de Educación Junín”, entre otros; es claro que los docentes se encuentran insatisfechos con las reformas del gobierno, entonces si los docentes no están contentos con las condiciones de trabajo que les brinda es muy difícil que se encuentren comprometidos en que se mejore el servicio prestado, como menciona Albrecht (1992) así como el cliente es esencial para una organización, también es importante preocuparse por los colaboradores que son los clientes internos, si ellos se encuentran satisfechos serán colaboradores más productivos, es necesario crear incentivos, ser empáticos y que se encuentren cómodos en su lugar de trabajo; porque si las cosas están mal dentro de las organizaciones con los colaboradores como esperar que se pueda prestar un servicio de calidad.

Para la I.E.P. de estudio 254 Olimpia Sánchez Moreno, uno de los jardines de Huancayo con más población estudiantil, con 392 niños en el año 2018 como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1

Matricula por edad y género, 2018

Nivel	Total		0 años		1 años		2 años		3 años		4 años		5 años	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Inicial – Jardín	199	193	0	0	0	0	0	0	67	65	61	69	71	59

Nota: Tomado y adaptado del Ministerio de Educación - ESCALE

Como se puede apreciar en la tabla 1, la I.E.P. brinda servicio de educación en el nivel inicial a niñas y niños de entre tres y cinco años, de los cuales 132 son de tres años, 120 de cuatro años y 120 de cinco años.

Tabla 2

Matricula por periodo según edad, 2004 - 2018

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Total	302	276	360	356	292	255	259	283	285	315	343	360	392	408	392
0 años	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1 año	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2 años	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3 años	0	0	160	51	0	0	0	0	0	15	0	50	133	138	132
4 años	150	122	44	139	125	124	132	150	151	159	135	128	132	136	130
5 años	152	154	156	166	167	131	127	133	134	141	175	182	127	134	130
6 años	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	33	0	0	0	0
7 años	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Nota: Tomado y adaptado del Ministerio de Educación - ESCALE

En la tabla 2 se observa que la cantidad de alumnos que se matricularon en la I.E.P. ha variado en los últimos 14 años, en el año 2009 el número ascendía a 255 alumnos siendo el pico más bajo del reporte, desde ese año hubo incrementos progresivos hasta el año 2017; pero el año 2018 se presentaron dieciséis alumnos menos, lo que evidencia que existe una problemática en la I.E.P. ya que lo adecuado sería que esta cifra se incremente año a año, esto podría estar relacionado con la calidad del servicio brindado. También, se observa que en el año 2006 y 2007 se apertura el nivel de 3 años, sin embargo, en los posteriores años no hubo alumnos matriculados hasta 6 años después, repitiéndose la misma situación en el año 2013

con cero matriculados, y posteriormente se ven incrementos progresivos otra vez hasta el 2017, disminuyendo para el 2018 en seis alumnos. Así mismo, se evidencia en el nivel de 6 años en el 2014 hubo treinta y tres estudiantes matriculados; pero posteriormente ya no se apertura dicho nivel.

Tabla 3

Docentes, alumnos matriculado y secciones, 2004-2018

Año	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Docentes	11	13	10	10	11	11	11	11	11	12	13	13	16	13	16
Alumnos	302	276	360	356	292	255	259	283	285	315	343	360	392	408	392
Secciones	10	10	10	13	11	10	10	10	10	12	18	12	15	15	15

Nota: Tomado y adaptado del Ministerio de Educación - ESCALE

En la tabla 3, se aprecia que la cantidad de docentes no se encuentra en proporción al número de alumnos matriculados y al número de secciones según los incrementos de los niños; de esta manera no se puede brindar un servicio de calidad.

En la primera visita que se realizó a la I.E.P. de nivel inicial 254 Olimpia Sánchez Moreno, donde se encontró que los padres de familia se quejan de hacer largas colas para obtener una vacante, también se apreció que el conserje no cuentan con la información adecuada para poder orientar a los padres de familia o a otros visitantes que tienen que ir en reiteradas oportunidades, además los colaboradores tienen desconocimiento de la misión, visión, valores y objetivos que representan lo que significa ser una organización y que esta permita que los trabajadores se encuentren identificados con la institución, por este motivo se planteó que se pueda analizar cuan satisfechos están los docentes y personal administrativo de la I.E.P. ya que si un colaborador no se encuentra satisfecho en su centro de trabajo es muy difícil que pueda realizar bien sus funciones y por tanto brindar un servicio de calidad (Hernández, Llorens, & Rodríguez, 2016).

La directora, Mg. Luz Roció Guillen Pérez, manifestó “que algo no anda bien con el servicio prestado por la I.E.P., es más ella quiere que este sea de calidad; pero menciono que anteriormente no se analizó o evaluó la calidad del servicio, además indicó que no cuenta con las herramientas para gestionarla”. Por ello, se propuso cuantificar la calidad de servicio a los colaboradores utilizando el cuestionario SERVQUAL que, según Zeithaml, Parasuraman, y Berry, (1993) miden la calidad de servicio teniendo en cuenta las percepciones y expectativas por medio de cinco dimensiones, las cuales son: elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía, fiabilidad y seguridad, esto permite conocer cuál es la calificación que tiene el servicio prestado y cuáles son los puntos de mejora que ayudan a tomar mejores decisiones según las variables demográficas, conocer si los docentes y personal administrativo perciben de la misma manera el servicio prestado por la institución.

La razón de existencia de las instituciones educativas públicas radica en la gratuidad del acceso a la educación de manera que la población tenga mejores posibilidades a temprana edad. No obstante, existen antecedentes en los cuales demarcan que la educación pública no presenta la calidad educativa comparada con la educación privada. Esto mismo ocurre con la I.E.P. de nivel inicial 254 Olimpia Sánchez Moreno, que siendo una de las instituciones con mayor poblacional estudiantil en el nivel inicial requiere de una evaluación de calidad que permita desarrollar su gestión y mejora, toda vez que la directora señaló que no se hacía una evaluación de la calidad. En base a ello se ha establecido desarrollar esta investigación con el propósito de brindar información respecto a la calidad del servicio, teniendo en cuenta la percepción de los colaboradores.

1.3. Problemas de la investigación

Para determinar el problema, se planteó la siguiente interrogante como medio central del documento de investigación.

1.3.1. Problema general.

¿Existen diferencias en la percepción de la calidad de servicio según las variables demográficas de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo?

1.3.2. Problemas Específicos.

- ¿Existen diferencias en la percepción de la calidad de servicio según el género de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo?
- ¿Existen diferencias en la percepción de la calidad de servicio según la edad de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo?
- ¿Existen diferencias en la percepción de la calidad de servicio según el tiempo de servicio de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo?

1.4. Objetivos de la investigación

Ante la problemática presentada se plantea el objetivo principal, que es el motor que guio el trabajo de investigación y sus respectivos objetivos.

1.4.1. Objetivo general.

Determinar si hay diferencias en la percepción de la calidad de servicio según las variables demográficas de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Determinar si hay diferencias en la percepción de la calidad de servicio según el género de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.

- Determinar si hay diferencias en la percepción de la calidad de servicio según la edad de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.
- Determinar si hay diferencias en la percepción de la calidad de servicio según el tiempo de servicio de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación teórica.

Según las búsquedas realizadas, se encontró información limitada con respecto a la calidad de servicio en las I.E.P. de nivel inicial en la región centro, esta investigación sirve como antecedente para futuros estudios que quieran realizar en la misma I.E. o en otras, buscando el mejor servicio educativo, así como para verificar o contrastar la aplicación de la teoría del modelo de calidad de servicio desarrollado por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), el cual fue estructurado en un instrumento definido como el *Service Quality Model* [SERVQUAL].

1.5.2. Justificación práctica.

Este trabajo favorecerá sobre la toma de decisiones, ya que, de acuerdo a lo conversado con la directora, se desconoce cómo gestionar la calidad de servicio, para Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) la razón por la que muchas organizaciones fracasan en sus intentos por mejorar el servicio es porque no se toma en cuenta la relación de las expectativas y percepciones de lo que los usuarios esperan. De manera que los resultados encontrados ofrecen información necesaria para la institución educativa en estudio.

Capítulo II: Marco Teórico

En la presente investigación se detalla los antecedentes de la investigación y seguidamente las bases teóricas que es el sustento académico de la investigación.

2.1. Antecedentes de investigación

Los antecedentes se describirán a continuación, están divididos en artículos científicos y tesis nacionales e internacionales.

2.1.1. Artículos científicos.

Araiza, Zambrano, y Ramírez (2016) presentaron el trabajo con nombre Calidad de los servicios universitarios: Una percepción desde sus actores en una escuela de negocios, para la revista Innovaciones de Negocios, en la ciudad de México. El propósito del documento consistió en hacer la evaluación de la calidad de los servicios educativos universitarios de la escuela de negocios mencionada. La metodología empleada consistió en un trabajo de enfoque cuantitativo, de nivel correlacional y diseño transversal. Mediante un muestreo probabilístico, la muestra se compuso de 323 participantes entre docentes y alumnos, sin embargo, tras otro muestreo estratificado se obtuvieron y validaron 446 encuestas. Por ello que la muestra fue de 64 docentes y 446 alumnos. El instrumento que se usó fue del modelo americano para medir la percepción de la calidad de servicio, el SERVQUAL. El instrumento se compuso de veintidós frases que midan la calidad del servicio desde la percepción del cliente. Además, se sumaron preguntas cuya finalidad fue atender aspectos alineados con la conciliación de programas valorados con la efectividad de los procedimientos administrativos y el aprendizaje. Los hallazgos indicaron que, con relación a la edad, existieron diferencias significativas en cuanto a la percepción. Con respecto a la competencia de docentes ($p=.007$ y $X^2=10.029$), las actitudes y comportamientos ($p=.033$ y $X^2=6.803$), evaluaciones ($p=.046$ y $X^2=6.166$), organización de la carrera ($p=.002$ y $X^2=12.661$) e instalaciones y equipamiento ($p=.044$ y $X^2=6.250$), en cuanto a los estudiantes, se notaron diferencias en el clima organizacional y la comunicación ($p=.025$

y $X^2=7.393$). El trabajo, a modo de finalizar, señaló que la capacitación de los docentes, la efectividad de los esfuerzos, los recursos invertidos y las buenas prácticas de aprendizaje tuvieron una gran valoración por los estudiantes. Finalmente, se mencionó que los alumnos fueron los que demandaron calidad de los servicios.

2.1.2. Tesis nacionales e internacionales.

En el estudio de Hanzelikova, López y Fusté (2017) titulado Perfil sociodemográfico de los cuidadores de los pacientes geriátricos hospitalizados mayores de 75 años y su relación con la satisfacción, desarrollado en el Hospital Geriátrico de Toledo, España; tuvo como objetivo determinar la relación entre los factores sociodemográficos y las dimensiones de calidad de atención del cuidado así como la satisfacción de los cuidadores de los pacientes geriátricos agudos ingresados en el Hospital Virgen del Valle. Como instrumento de medida se usó el modelo SERVQUAL, el cuestionario tiene 22 ítems agrupados en 5 dimensiones (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) que ha determinado tener una alta validez y fiabilidad con un Alpha de Cronbach de .918. Con una muestra de 267 cuidadores principales de los pacientes geriátricos ingresados en el Hospital en las Unidades de Agudos, se obtuvieron los siguientes resultados: Se encontró que la dimensión tangibilidad es importante para los cuidadores con enfermos dependientes, ya que tienen dificultades para el aseo y la movilización de los pacientes, si los espacios son reducidos y las instalaciones no están aptas para las necesidades de los enfermos. La fiabilidad es importante para los cuidadores que comparten domicilio con los pacientes, ya que conviven con los pacientes las 24 horas del día y para los cuidadores sin estudios. En la dimensión seguridad se encontró diferencias con el género (las mujeres valoran con mayor puntuación), también los cuidadores que no viven con el enfermo y los cuidadores sin estudios estiman con mayor valor esta dimensión. La empatía es más valorada por los hombres que las mujeres, también están más satisfechos con esta dimensión los cuidadores que no comparten domicilio. La capacidad de

respuesta es más valorada por los que tienen estudios universitarios. Los resultados, en relación con el análisis de la satisfacción global de la atención y los cuidados muestran una puntuación más alta en la valoración que dan las mujeres, mientras que los varones puntúan con menor valor; también se puede apreciar que los jóvenes y los adultos mayores valoran el servicio con puntuación más alta. Los menos satisfechos con el servicio son los varones en edades de 45 a 55 años.

La investigación de Bethencourt, Díaz, Gonzáles y Sánchez (2005) titulado La medición de la calidad de los servicios prestados por los destinos turísticos: El caso de la isla de la Palma; este estudio se desarrolló en la Universidad de La Laguna, España. Su objetivo fue conocer los factores determinantes del destino turístico Isla de La Palma así como la calidad del servicio prestado, utilizando como metodología SERVQUAL. La escala utilizada está compuesta por dos grupos de 22 ítems. Uno de los grupos permite conocer las expectativas que los clientes tiene sobre una categoría de servicio particular y el otro mide las percepciones de los clientes sobre un servicio recibido. Los resultados obtenidos son los mostrados a continuación: En relación a la tangibilidad, los aspectos que tienen que ver con equipos nuevos y nuevas tecnologías están por debajo de las expectativas de los turistas, las instalaciones físicas son cómodas y atractivas, tal como esperaban los turistas, los empleados tienen una apariencia más pulcra de la esperada, los elementos materiales y la documentación relacionada con el servicio son visualmente atractivas, tal como esperaban los clientes. Fiabilidad, las medias percibidas están por debajo de las expectativas que tenían, esto indica que en la prestación del servicio falta puntualidad en cumplir lo prometido en el tiempo acordado e interés por solucionar los problemas que planteen los clientes. Capacidad de respuesta, presenta una valoración inferior a las expectativas, se observan diferencias significativas entre las medias de servicio rápido, ágil y empleados dispuestos a ayudar. En seguridad, no presentan grandes diferencias entre las expectativas y la calidad del servicio percibida, para todos los casos se

alcanza unos resultados muy superiores a las calidades medias. Empatía, se han obtenido medias superiores en la calidad percibida. Los resultados positivos más acusados se dan en la atención individualizada, personalizada y en el conocimiento de las necesidades específicas de los turistas. Esta investigación, aclara que los servicios que se desarrollen deben de tener en cuenta la posibilidad de ser evaluados siguiendo estos criterios de calidad, cuestión que casi siempre ocurre al final y no al principio del establecimiento de las actividades. La prioridad ahora es que los directivos se comprometan a tomar decisiones basados en los factores que determinan el destino de los turistas para acometer cualquier proyecto.

La investigación de Zárate, Luna, Negrón y Correa (2018) tiene como título Nivel de satisfacción de los usuarios externos hospitalizados en un hospital nacional de policías. Este estudio fue desarrollo por la Facultad de Medicina Humana de la Universidad Ricardo Palma, Perú. El objetivo principal es identificar el nivel de satisfacción de los usuarios externos hospitalizados en los servicios de cirugía general y medicina interna en el Hospital Nacional P.N.P Luís N. Sáenz, utilizando como metodología SERVQUAL. La población estuvo constituida por 377 usuarios externos que estuvieron hospitalizados en los meses de agosto y setiembre del 2016. Los resultados del estudio son mostrados a continuación: El nivel de satisfacción fue mayor al 90% en el servicio de medicina interna y mayor al 70% en el servicio de cirugía general. Los usuarios externos de sexo femenino, adultos mayores y nivel de instrucción superior universitario son los que más valoran la satisfacción en ambos servicios. La fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía fueron las dimensiones con mayor percepción y expectativa de satisfacción de los servicios de medicina interna y cirugía general en comparación con la dimensión elementos tangibles. La satisfacción percibida en el servicio de medicina interna fue de 91.06% y en el servicio de cirugía general 71.25%, siendo medicina y cirugía de varones los sectores menos satisfechos. De acuerdo con los resultados de la investigación el sexo femenino se encuentra más satisfecho que los del sexo masculino,

también se aprecia que el sector con mayor satisfacción fue medicina mujeres y el sector con mayor grado de insatisfacción fue cirugía varones.

2.2. Bases teóricas

A continuación, se presenta como evoluciono las teorías de la Calidad de Servicio en el tiempo, el termino Calidad de servicio apareció desde los años 1980 y así fue evolucionando hasta el año 2005.

Para Donabedian (1980) quien se interesó y estudio la calidad de la atención sanitaria, define la calidad como la empleabilidad de los medios legítimos para la atención de los paciente, es decir, la prioridad es el apropiado estado de salud del cliente, se vela por el cumplimiento de los procedimientos para su correcta atención y pone en un nivel más bajo la perspectiva de los pacientes en cuanto al servicio.

Grönroos (1984) *Service Quality Model*. Este autor según su modelo y sus aportaciones en la escuela nórdica destaca dos componentes la calidad de servicio, la primera es la dimensión técnica donde se valora lo que los clientes esperan del servicio, la segunda dimensión es la funcional, donde la prioridad es el contacto con el cliente y se centra en cómo se ofrece el servicio.

Según Zeithaml (1988), en su publicación *Consumer Perceptions of Price Quality and Value*. La calidad percibida consiste en el valor que el cliente le da a un producto o servicio basándose en los beneficios de este, es decir, el éxito de muchas organizaciones radica en identificar si el precio de un servicio cuanta con los atributos para que el cliente realice la compra, se hace un balance de beneficios.

Deming (1989), en su libro *Calidad, Productividad y Competitividad*. Examina la calidad y la mejora de los procesos, uno de los principales estudios es como incrementar la productividad sin sacrificar la calidad, para este autor los empresarios deben centrar su atención en traducir las necesidades futuras de los usuarios en características que puedan ser

cuantificadas; de esta manera los productos pueden ser fabricados y diseñados a fin de satisfacer las necesidades de los usuarios.

Juran (1990), *Planificación para la Calidad*. Define la calidad desarrollada desde las características de los productos, se basan en las necesidades del cliente y su propósito es brindar satisfacción, la planificación establece un enfoque estructurado para la creación de servicios y procesos internos que cumplan con satisfacer expectativas de los clientes.

Tabla 4

Teorías de calidad de servicio (1980 – 2005)

Autores (1980 - 2005)	Estudios de Calidad de Servicio
Donabedian (1980)	La calidad de la atención sanitaria.
Grönroos (1984)	<i>Service Quality Model</i> .
Zeithaml, (1988)	Consumer Perceptions of Price Quality and Value.
Deming 1989	Calidad, Productividad y Competitividad: La salida de la crisis.
Juran (1990)	Juran y la planificación para la calidad.
Drucker (1990)	Calidad en el servicio al cliente.
Parasuraman, Zeithaml y Berry (1994)	Calidad total en la gestión de servicios.
Zeithaml y Bitner, (2000)	<i>Services Marketing</i> .
Hoffman y Bateson (2002)	Fundamentos del Marketing de servicios.
Duque (2005)	La Calidad del Servicio en los Clientes Logísticos.

Drucker (1990) en su libro *Calidad en el servicio al cliente*. Señala que la calidad de servicio es definida por el cliente, de acuerdo a cuanto está dispuesto a pagar y si cumple con su expectativa, manifiesta que es servicio en sí mismo no define la calidad.

Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) en su libro *Calidad total en la gestión de servicios*. Definen a la calidad del servicio como la diferencia, discrepancia, brecha que se halla entre los deseos o expectativas de los consumidores y sus percepciones, calificando como servicio de calidad aquella prestación que supere o iguale las expectativas iniciales de los usuarios, también se clasifica como mala calidad cuando las expectativas no superan lo percibido.

Zeithaml y Bitner, (2000) *Services Marketing*. Los autores mencionan que la calidad de servicio que los usuarios perciben es el resultado de la diferencia del servicio prestado y lo que el consumidor espera de este, es decir, la percepción es obtenida de la discrepancia producida entre las expectativas y las percepciones.

Según Hoffman y Bateson (2002) en su libro *Fundamentos del marketing de servicios*. Definen la calidad de los servicios como el resultado de la comparación de las expectativas de los usuarios y las percepciones de la prestación del servicio.

Duque (2005) En su publicación *La calidad del servicio en los clientes logísticos*. Señala que la calidad se divide en dos tendencias: la calidad objetiva que se enfoca en actividades que permiten controlar la calidad mediante estándares desde la perspectiva del productor y la calidad subjetiva que se obtiene al cumplir las expectativas, deseos y necesidades del cliente.

El marco teórico se elaboró con la finalidad de conocer a mayor detalle el tema de investigación, para lo cual líneas abajo se definirán las variables de la investigación, así como el modelo SERVQUAL y brechas. En la investigación se contó con variables dependientes:

expectativa de servicio y percepción del servicio; también se contó con variables intervinientes: género, edad, y tiempo de servicio.

2.2.1. Calidad de servicio.

La calidad en productos es fácil de identificar, viendo lo tangibles que son, ya que sus detalles definen el producto, todo comienza cuando se habla de los servicios (educativos, médicos, etc.) los cuales tienen caracteres que conceptualizan su calidad igual de lo tangible y si se le suma conceptos de mala o buena calidad dependerá de la percepción de los usuarios, haciendo difícil de identificar. (Alcaraz & Martínez, 2012). Por esta razón es relevante identificar los elementos que componen la calidad de servicio para poder medirla, controlarla y mejorarla (Dávila, Coronado, & Cerecer, 2010). Actualmente distintos grupos productivos apoyan la administración basada en recursos, hoy en día las organizaciones que se esfuerzan por gestionar la calidad deben tener claro el aporte de los colaboradores para su organización, estos son elementos que suman Albrecht (1992)

2.2.1.1. Definición.

La calidad de servicio se compone de dos palabras claves (a) servicio, y (b) calidad. El servicio es el medio de dar un valor al cliente, el cual facilita el resultado que esperan los usuarios al obtener sin aceptar el costo o riesgo específicamente (Cruz, 2013). La Real Academia de la Lengua Española (RAE) sostiene la calidad como una propiedad o grupo inherente a un objeto, llegando a una conclusión al juzgar el valor. Su definición decreta a elementos consecutivamente con suma importancia en el estudio. Al inicio, su referencia a detalle o propiedad y seguidamente la benevolencia al valorar algo a espaldas de esta (RAE, 2019). Calidad es tener un buen trabajo, con el servicio, su información, su proceso, las personas, sistemas, la compañía, objetivos, etc. (Ishikawa, 1990). En términos del mercado, la calidad es traducida a la necesidad futura en el usuario con una característica medible, el producto así se puede diseñar y lograr ser fabricado para satisfacer en un precio que pueda

pagar el cliente, su calidad se define por el término del agente (Deming W. E., 1989). “La calidad no se encuentra en el servicio recibido, es decir, lo que el cliente recibe de este y lo que piensa dar una remuneración” (Druker, 1990, p. 41)

Calidad también se define como el grado en que un grupo de características inherentes logran establecer ciertos requisitos, en este sentido se entiende por calidad como función de la satisfacción de los usuarios que pueden ser internos como externos (ISO, 2015). Desde el punto de vista de la Sociedad Americana para la Calidad (ASQ, 2016) la calidad representa un término muy subjetivo, es decir, cada sector o persona tiene su propia definición de dicha palabra. Para Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) la calidad de servicio lo representan la percepción de los usuarios y lo que ellos esperan del servicio.

La calidad, cuando se refiere al servicio, no quiere decir lujo, tampoco inmejorable, menos el nivel alto en la gama. Se relaciona con la demanda que hay entre la clientela. El segmento tiene relevancia en los clientes, pero no espera que un servicio en poco más de tres días, no se puede hacer en tres horas. La meta de la tienda, tres horas o días se consideran niveles de calidad comprobados (Álvarez, 1995).

De acuerdo con lo señalado, se dice que Calidad de Servicio se adecua a la necesidad del cliente y la presentación correcta que acepta la necesidad. La manera de adecuarse a la calidad, la poca adecuación, poca calidad. Puede definirse también a la Calidad de Servicio ampliando la diferencia en la expectativa o deseo en la clientela, la percepción supera al servicio que se presta. En esta ocasión el técnico no solo arregla la lavadora malograda, también explica porque se causó el daño y como este cliente podría arreglarlo, si vuelve a aparecer (Álvarez, 1995).

Calidad en el Servicio, es un hábito que se desarrolla y se practica por la organización para explicar la necesidad y expectativa del cliente y darle, consecuentemente un servicio con acceso, correcto, ágil, fácil de apreciar, útil, seguro, oportuno y con confianza, sumando

situaciones de algún imprevisto o error casi improbables, la manera de que el cliente comprenda, sea atendido y el servicio, con eficacia y la dedicación, que cumpla la expectativa que tenia de nosotros, generando un mayor ingreso y disminuya costos en la organización (Cruz, 2013).

Se denomina calidad de servicio al grado de discrepancia y a la dirección de esta con la percepción de él y la expectativa, el termino dimensional de la calidad de servicio puede dañar al comportamiento del cliente (Parasuraman, Zeithmal, & Berry, 1985). También, una característica de comparación en su excelencia y la superioridad en servicio brindado al proveedor a critica del cliente (Zeithaml V. , 1987); se argumenta la calidad de acuerdo con la diferencia del desempeño y calidad en todo el sistema establecido en la dimensión de calidad. La calidad del manejo va con las diferencias del desempeño y expectativa en todo el sistema estableciendo su calidad en la dimensión. (Parasuraman et al., 1985).

Un servicio de calidad se ajusta a las especificaciones y exigencias del cliente, tanto en la percepción como la realidad, es decir es la manera en que el cliente percibe lo que acontece influenciado por sus expectativas del servicio (Zeithaml & Bitner, 2002).

2.2.1.2. La percepción.

La percepción, según Vargas (1994), es el conjunto de procesos cognoscitivos de la conciencia, se basa en la significación, interpretación y reconocimiento para elaborar un juicio tomando en cuenta las sensaciones percibidas del ambiente social y físico, así mismo, otros procesos psíquicos, forman parte, entre ellos están la memoria, el aprendizaje y la simbolización. En el tema de las organizaciones prestadoras de servicios, toda la investigación y el análisis que hacen sobre la calidad y la satisfacción de los clientes está basado en las percepciones logradas sobre el servicio requerido, porque si esta es sesgada se puede estar identificando mal las necesidades, cualidades o gustos (Zeithaml et al., 1993).

2.2.1.3. La expectativa.

La expectativa se centra en el servicio como aquello que el cliente espera, son las creencias sobre la entrega del servicio, se considera más probable que suceda, es una suposición más o menos realista y si la expectativa no se cumple, el consumidor podría experimentar decepción; pero si la realidad supera las expectativas el usuario podría sentir alegría (Zeithaml et al., 1993).

2.2.1.4. Características de la calidad de servicio.

Desde el punto de vista pragmático, Druker da a conocer los cinco estados de cómo se evalúa el desempeño pensando en la satisfacción que este tiene (diferencias de expectativa), según Druker (1990) la clientela utiliza cinco etapas para la evaluación:

[a] Fiabilidad, se encuentra en la empresa que ofrece su servicio de forma confiable, con seguridad y cuidado. Fiabilidad significa brindar un servicio de manera adecuada en un primer momento; [b] Seguridad, hace referencia a la capacidad de los clientes por colocar sus problemas en las manos del empresario y tener la confianza para que este resuelva todo de la mejor manera. La seguridad da credibilidad, honestidad y confiabilidad, el empresario no solo cuida los intereses de la clientela, sino también se organiza demostrando la preocupación por entender al cliente con un mayor grado de empatía; [c] Capacidad de respuesta, esta se entiende como la actitud que se muestra para aportar en la entrega del servicio y la manera rápida que se soluciona los inconvenientes; [d] Empatía, se dice que es la disposición del grupo al ofrecer a la clientela ciertos cuidados y una atención personalizada. Esto no trata únicamente de ser cortés con la clientela, aunque ser cortés es un requisito fundamental para ser empático, de igual manera esto forma parte de la seguridad, tratando de buscar un compromiso bueno de la mano de la clientela, viendo a fondo sus detalles y lo requerido; [e] Intangibilidad, un servicio, por sí mismo es intangible, pero se debe considerar varios

puntos que derivan a su intangibilidad, estos servicios no se mantienen a través de un inventario, no emplea la capacidad total de su producción de los servicios en general, lo cual se pierde en totalidad, la interacción de seres humanos. Aporta el servicio que necesita establecer un punto de contacto en el grupo y la clientela.

La relación en donde el cliente interactúa para dar el servicio. Siguiendo a Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) sostienen tres aspectos característicos de la calidad de servicio, los cuales se diferencian de los productos, estos son la intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad. Estas características van como sigue:

- Intangibilidad. Se refiere a la cualidad del servicio por no ser fácil mencionarlo, inventarlo, medirlo, y verificarlo o probarlo antes de que sea entregado a fin de asegurar su calidad (Duarte, 2015), por índices mayoritarios estos servicios se vuelven intangibles (Lovelock, 1983), este es un resultado, no un objeto, significa que varios de los servicios no son verificados por su cliente antes de adquirirla para ver su calidad, mucho menos se puede dar específicamente informes de calidad propia del bien. En conclusión, debido a su naturaleza, la empresa de servicios se puede tener dificultades para entender lo que percibe su clientela y cómo evalúa la calidad del servicio prestado (Zeithaml, 1987).
- Heterogeneidad, en general los servicios son heterogéneos, dado que es difícil asegurar su uniformidad, porque el cliente puede percibir un servicio de forma diferente a lo que el empresario cree (Duarte, 2015). En conclusión, los resultados de la prestación de un servicio son cambiantes de cliente a cliente y de proveedor a proveedor, en ese sentido se puede decir que no se asegura la calidad del servicio prestado, por lo tanto, la empresa prestadora del servicio, da algo distinto a lo que el cliente distingue en ella (Duque E. J., 2005).

- Inseparabilidad. El consumo de un servicio no puede separarse de la producción, por esta razón para tener un servicio de calidad se debe controlar la cadena de valor desde la producción a la entrega del servicio, se da la socialización del cliente y su proveedor, dependiendo de cuál es el control que maneja este. La mayoría de casos, su producción y el consumo no se pueden disociar (Grönroos, 1989).

De acuerdo con Parasuraman et al., (1985), las características de servicios tienen relevancia que implican a un total de cuatro probables consecuencias sobre la calidad de servicio:

- La calidad servicial (o de servicio) es más dificultosa de evaluar que la de los bienes.
- Por la misma naturaleza de los servicios, estos manejan mayores valores variables de la calidad y, por tanto, el riesgo que el cliente percibe es mayor que la de otros bienes.
- El valor (que le da el cliente) de la calidad de servicio toma a lugar de acuerdo con la comparación entre resultados y expectativas.
- La evaluación de calidad se refiere tanto al resultado como al proceso en que se presta los servicios.

2.2.2. Modelo Americano – SERVQUAL.

2.2.2.1. *El SERVQUAL.*

El modelo que se impone en la escuela americana postulada por Parasuraman, Zeithaml y Berry fue denominado SERVQUAL. Parasuraman et al.,(1985) parten desde un paradigma des confirmado de la misma forma de Grönroos, desarrollando el instrumento que permite medir la calidad de una cosa percibida. Después de una investigación y algunas evaluaciones, se toma la base de un concepto de calidad de servicio que perciba, se desarrolla un instrumento que permite medir numéricamente al servicio y lo llamaron SERVQUAL.

El modelo, basa su atención en la estrategia y proceso de distintas organizaciones que emplean para llegar a la excelencia, su modelo se compone por el empleo, así como para producir estrategias como para la disposición de prácticas de decisiones (Mora, 2011).

Dicho instrumento permite una aproximación de medida a través de una evaluación separada de expectativa y la percepción del cliente, se apoya en el comentario hecho por la clientela en investigación. Sus comentarios terminan apuntando a la dimensión establecida por varios autores y le da una importancia con relatividad afirmando que depende de qué tipo de servicio o cliente se maneja. Al inicio se identificaron al menos 10 determinantes de calidad de servicio:

EL SERVQUAL Y SUS DIMENSIONES INICIALES	Capacidad de respuesta
	Profesionalidad
	Cortesía
	Accesibilidad
	Elementos tangibles
	Fiabilidad
	Comunicación
	Comprensión del cliente
	Seguridad
	Credibilidad

Figura 1. El SERVQUAL y sus dimensiones iniciales.

No obstante, después de críticas, se manifestó que las dimensiones postuladas por Parasuraman et al., (1988) no eran en sí independientes cada una, varios estudios estadísticos encontraron relación entre las diez dimensiones iniciales, permitiendo su reducción a cinco.

2.2.2.2. Dimensiones del modelo SERVQUAL.

En los siguientes párrafos, se trata más sobre las cinco dimensiones de la calidad de servicio que miden las percepciones y expectativas de la clientela. Parasuraman et al., (1993) señalan que:

- **Confianza o empatía.** Es la muestra del interés de las empresas por brindar una atención individualizada a los clientes (hacen un conjunto de otros puntos de accesibilidad, la comprensión del consumidor y finalmente su comunicación). Su interacción, relaciona el resultante de la organización y el consumidor, pero el servicio se realiza por el empleado de dicha organización, este cliente participa de manera indirecta en este proceso. (Sánchez & Sánchez, 2017).
- **Fiabilidad.** Se dice que es aquella habilidad para realizar un servicio el cual se prometió realizarse de manera fiable y cuidadosa. De esta manera, la confiabilidad, seguridad y cuidados en la empresa entregando dichos servicios. A partir de este punto se halla aquellos puntos como su capacidad y ciertos conocimientos en lo profesional de esta organización. Esta capacidad realizaba servicios de manera confiable y acertada (Sánchez & Sánchez, 2017).
- **Seguridad.** La palabra abarca la credibilidad brindada a una organización por la clientela, de manera que el problema se convirtió en una buena manera de abarcar a la honestidad y confianza (Sánchez & Sánchez, 2017). La seguridad, el conocimiento y la atención que se le da a los empleados, así como la credibilidad y la capacidad de inspirar confianza a estos (agrupa varias dimensiones mencionadas antes como la cortesía, profesionalidad, seguridad). Al mencionar la responsabilidad este se refiere a el conocimiento, seguridad y la atención de los empleados, creando un ambiente de credibilidad y fiabilidad a la clientela (Sánchez & Sánchez, 2017).

- Capacidad de respuesta. Hace referencia a la disposición para brindar ayuda a la clientela y brindarles el servicio de manera rápida. La actitud que maneja la agrupación que presta el servicio apoyando a la clientela y realizada de manera rápida, es decir, solucionar de manera eficaz y precisa las dificultades de la clientela (Sánchez & Sánchez, 2017).
- Tangibilidad. Es la apariencia de los equipos, las instancias físicas, los objetos de comunicación y el personal. A través de procesos estadísticos, en conjunto a variables y se permite englobar de mejor manera al modelo, logró la mayor representación. El aspecto de las instancias empleadas. La intangibilidad habla de los servicios que no están en el inventario, no usó la capacidad de producir algún servicio, se pierde (Sánchez & Sánchez, 2017).

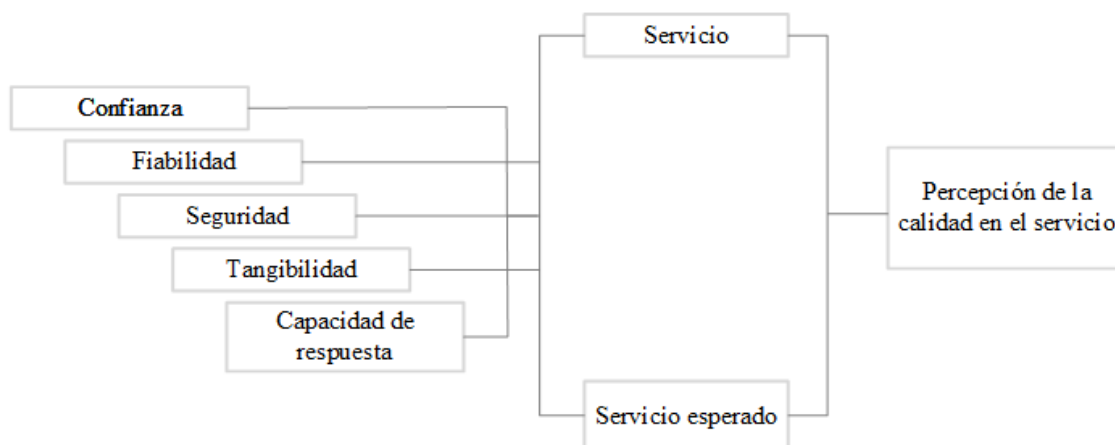


Figura 2. Dimensiones del SERVQUAL.

A fin de evaluar la calidad de la percepción planteada en las dimensiones de manera general, estas definen que la percepción representa algo consecuente en los aspectos de la diferencia del consumidor tomados frente al punto esperado y lo que se pudo percibir.

2.2.2.3. Las Brechas del modelo SERVQUAL.

El modelo SERVQUAL identifica un conjunto de vacíos, brechas, gaps, desajustes o deficiencias durante el desarrollo de la prestación de un servicio, estos tienen influencia en la

percepción del consumidor y es elemento de análisis para mejorar la calidad de percepción de los usuarios, entonces, estas percepciones a nivel de la calidad de servicio son influidas por los gaps, que se encuentran en las agrupaciones que brindan servicio (Duque E. J., 2005). Según Parasuraman et al., (1985, pág. 44) se conceptualiza a los vacíos como una serie de discrepancias o deficiencias, que existen de acuerdo a la percepción de la calidad de servicio del empresario y las tareas asociadas con la prestación del servicio a los clientes. Las deficiencias son factores que dan poca posibilidad de dar un servicio que se perciba por la clientela como de alta calidad.

El punto central de este modelo se conoce como el límite de la clientela, se representa por la quinta brecha, no es igual gracias a la existencia de la expectativa y la percepción del cliente, donde los puntos referentes que la clientela obtenía poco a poco por medio de las experiencias de los servicios brindados. Por su lado, estas percepciones dan una forma efectiva que se le entrega al servicio. Esta idea comienza en las organizaciones, el objeto brinda satisfacción a la clientela acercando la brecha entre la expectativa y lo que este recibirá. Pero, dicho modelo da una propuesta para concluir con la brecha de la clientela ya que es necesario para terminar con las otras cuatro brechas (Mora, 2011).

Como ya se mencionó este modelo se centra en reducir cinco deficiencias o vacíos, a continuación, se explicará cada una de las deficiencias.

Deficiencia 1: Discrepancia entre las expectativas de los clientes y las percepciones de los directivos, los directivos deben conocer sobre las necesidades y expectativas de los usuarios del servicio, si se tiene una idea equivocada de lo que verdaderamente esperan los clientes del servicio, es difícil que se pueda satisfacer y por lo tanto el servicio prestado no será de calidad.

Deficiencia 2: Discrepancia entre las percepciones de los directivos respecto a las especificaciones y normas de calidad, no solo se tiene que conocer las expectativas de los

clientes, sino que esta debe ser reflejada en estándares que la empresa pueda definir como normas.

Deficiencia 3: Discrepancia entre las expectativas de la calidad del servicio y la prestación del servicio, luego de conocer las expectativas de los consumidores y establecer estándares, se tiene que hacer seguimiento para que todos los procedimientos para la prestación del servicio sean de la manera indicada.

Deficiencia 4: Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa, la publicidad y todas las promesas de servicio tienen que estar en funciones de lo que se brinda en la empresa.

Deficiencia 5: Discrepancia entre las expectativas del consumidor sobre la calidad del servicio y las percepciones que tiene del servicio.

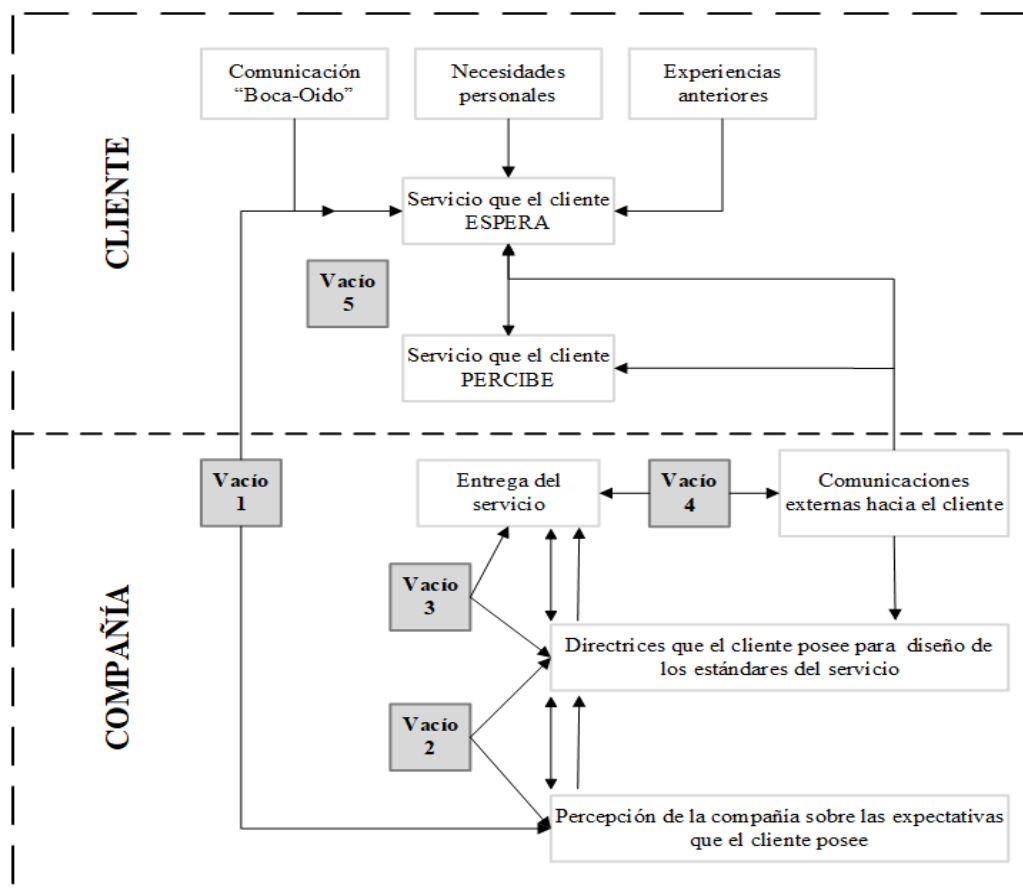


Figura 3. Modelo SERVQUAL y las brechas.

Dicho modelo SERVQUAL, en el estudio de los cinco *gaps*, se analiza en principal por la diferencia que se da en el fallo de las políticas sobre la calidad en organizaciones. Los vacíos se refieren al modelo que se resume en las próximas generalizaciones Zeithaml y Parasuraman (2004).

Se presentan cinco vacíos, a través de los cuales se proponen detectar en que está fallando la organización y así tomar medidas correctivas para reducir esas diferencias (Parasuraman et al., 1985). Principalmente un motivo de que varias organizaciones incumplen las expectativas demandadas por su clientela se encuentra en el poco conocimiento de estas mismas. Es decir, se crea una brecha (la brecha 1) en medio de la organización que percibe acerca de las expectativas del cliente y lo que esta espera en verdad. No obstante, cuando esta organización comprenda claramente la expectativa marcada por la clientela, existe caos en ese conocimiento, este no traduce los diseños y los estándares serviciales que se orientan a los clientes (brecha 2). La organización dispone varios diseños y distintos estándares, pareciendo listas para dar un servicio con una buena calidad, sienten esto falso, aun teniendo sistemas, personas y procesos que aseguren que su ejecución será buena para cumplir con dichas expectativas y en lo posible se supere, estos diseños y varios estándares preestablecidos (brecha 3). Para finalizar, la organización tiene solo lo que necesita para llevar a cabo y superar de muy buena manera las expectativas de la clientela, asegurando que estas promesas se formulen para la clientela igualándose a lo proporcionado (brecha 4). En manera general, el modelo menciona que se necesita concluir con la brecha de la clientela, lo que se quiere decir, este vacío existente en medio de sus expectativas y las percepciones, para esto es necesario culminar las cuatro brechas de dicha organización, el modelo comentado anteriormente se puntualiza en sus estrategias y en procesos que estas organizaciones aporten con el punto de llegar a la perfección. (Mora, 2011).

2.2.3. Variables Intervinientes: Demográficas.

A lo largo del libro Investigación de Mercados, Malhotra (2008) utiliza las variables demográficas para clasificar a los encuestados según: (e) edad, (b) género, (c) tiempo de servicio, entre otros según las investigaciones; esto es de gran ayuda para comprender mejor los resultados. A continuación, se definen las variables demográficas que se utilizó en la investigación empezando por género, según Rubín (1986) lo define como un conjunto de disposiciones que una sociedad asigna a una persona, se determina culturalmente de acuerdo a sus diferencias biológicas del sexo. Para Malhotra (2008) género es una variable demográfica que ayuda a determinar si el encuestado es hombre o mujer, al igual la variable edad lo define como el tiempo que ha transcurrido desde el nacimiento de un individuo, ayuda a segmentar el mercado en rangos y es una de las variables más utilizadas; por último tiempo de servicio lo considerada variable demográfica, aunque no es muy común, es una variables y es fácil de cuantificar, indica cuantos años un colaborador está en un puesto de trabajo.

2.2.3.1. La edad.

Esta referida a los niveles del ciclo de la vida de la persona. Su importancia radica en saber que este ciclo de vida se encuentra en que la capacidades y necesidades cambiantes con el tiempo avanzando. La edad es un punto relevante, este suma o resta, en la capacidad de cada persona para sus derechos. (ACNUR, 2019).

2.2.3.2. El género.

Estas se refieren a roles socialmente en construcción para ambos sexos, frecuentemente es fundamental, de manera que estas personas definen y tienen definición para los demás. El rol de genero se aprende, con el desarrollo del tiempo y cambian de acuerdo con cada cultura, también influyen otras culturas. En el género normalmente se definen sus funciones, las limitaciones, sus oportunidades, distintos privilegios al lado femenino y lo masculino de acuerdo con el contexto. La igualdad cuando nos referimos a los derechos, las oportunidades y

responsabilidades en las mujeres, varones, niñas y niños. Esta igualdad tiene a los intereses, las prioridades y las necesidades de los géneros respetados (ACNUR, 2019). Es una agrupación de caracteres socioculturales, políticos, psicológicos, jurídicos y económicos, en estas sociedades se adjuntan a personas que se diferencian como varones o mujeres, estas estructuras socioculturales van desde años antes en la historia y se dan desde las posturas psicológicas y culturales, las especificaciones en la sociedad dan a lo que consideran masculino o femenino. Dichas atribuciones se terminan utilizando, por medios privilegiados, el nivel de educación, el lenguaje, lo ideal se cree que es la familia heterosexual, las religiones y la institución (UNICEF, 2017).

Por otro lado, cuando se habla de sexo, básicamente, se refiere a lo biológico y las diferencias entre hombres y mujeres. (ACNUR, 2019). Es la agrupación de caracteres biológicos, físicos, anatómicos y fisiológicos que dan una definición final de varón o mujer a las personas. El sexo se determina mediante la naturaleza (UNICEF, 2017).

2.2.3.3. Tiempo de servicio.

Esta variable demográfica, aunque no es muy común es una variable, indica el tiempo que un colaborador está en un puesto de trabajo, su cuantificación puede ser en días, meses, semestres o años. Por lo usual, la medición se realiza en años.

2.3. Definición de términos.

A continuación, se definen algunos términos más utilizados que contribuyen a una mejor comprensión de la investigación.

- **Calidad de servicio.** Se denomina calidad de servicio al grado de discrepancia y a la dirección de esta con la percepción de él y la expectativa, el termino dimensional de la calidad de servicio puede dañar al comportamiento del cliente (Parasuraman et al., 1985). También, una característica de comparación en su excelencia y la superioridad en servicio brindado al proveedor a critica del cliente (Zeithaml V. ,

1987); se argumenta la calidad de acuerdo con la diferencia del desempeño y calidad en todo el sistema establecido en la dimensión de calidad. La calidad del manejo va con las diferencias del desempeño y expectativa en todo el sistema estableciendo su calidad en la dimensión. (Parasuraman et al., 1985)

- **Percepción.** Según Vargas (1994), es el conjunto de procesos cognoscitivos de la conciencia, se basa en la significación, interpretación y reconocimiento para elaborar un juicio tomando en cuenta las sensaciones percibidas del ambiente social y físico, así mismo, otros procesos psíquicos, forman parte, entre ellos están la memoria, el aprendizaje y la simbolización.
- **Expectativa.** Es lo que la clientela considera con mayor probabilidad que ocurra, es lo que espera, es una suposición relativamente realista, y si esta no es cumplida el cliente puede experimentar decepciones, en caso contrario el cliente expresa alegría (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1993).
- **Empatía.** Es la muestra por comprender las emociones que los clientes experimenten al percibir el servicio prestado, se centra en brindar una atención personalizada.(Sánchez & Sánchez, 2017).
- **Fiabilidad.** Se dice que es aquella habilidad para realizar un servicio el cual se prometió realizarse de manera fiable y cuidadosa en un tiempo determinado. A partir de este punto se halla aquellos puntos como su capacidad y ciertos conocimientos en lo profesional de esta organización. Esta capacidad realizaba servicios de manera confiable y acertada (Sánchez & Sánchez, 2017).
- **Seguridad.** La palabra abarca la credibilidad brindada a una organización de la clientela de manera que el problema se convirtió en una buena manera de abarcar a la honestidad y confianza (Sánchez & Sánchez, 2017).

- **Capacidad de respuesta.** Hace referencia a la disposición para brindar ayuda a la clientela y brindarles el servicio de manera rápida. La actitud que maneja la agrupación que presta el servicio apoyando a la clientela y realizada de manera rápida, es decir, solucionar de manera eficaz y precisa las dificultades de la clientela (Sánchez & Sánchez, 2017).
- **Tangibilidad.** Es la apariencia de los equipos, las instancias físicas, los objetos de comunicación y el personal. A través de procesos estadísticos, en conjunto a variables y se permite englobar de mejor manera al modelo, logró la mayor representación. El aspecto de las instancias empleadas. La intangibilidad habla de los servicios que no están en el inventario, no usó la capacidad de producir algún servicio, se pierde (Sánchez & Sánchez, 2017).
- **Brecha.** Para Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) representan los vacíos entre los que el cliente espera y percibe. Muchas veces estos vacíos existen porque las empresas desconocen los deseos del cliente o es que poseen una idea errónea de lo que en verdad es importante, por lo cual los niveles de las expectativas son mayores que las percibidas.
- **Sector educación.** Según Beltrán y Seinfeld (2006) el sector educación se compone por todas aquellas actividades que mejoren los conocimientos y actitudes de las personas, además, busca que abraque y sea integral por encima de los temas económicos.
- **Institución educativa.** Beltrán y Seinfeld (2006), se entiende por I.E. a cualquier organización que tiene la finalidad de formar a las personas de distintas edades, estas instituciones están compuestas por niveles.
- **Nivel inicial.** Para el Ministerio de Educación (MINEDU, 2019) la Educación Inicial está centrada en la formación y abarca desde el nacimiento al ingreso a la

educación básica, constituye una experiencia irrepetible en la historia del niño o niña, es decisiva con respecto al logro de futuros aprendizajes.

- **Educación pública.** Según MINEDU, la educación pública está a cargo del sistema nacional educativo que lo administra y gestiona, en nuestro país se sostiene con los impuestos y su finalidad es dar accesibilidad a toda la población. Esta consta de la educación escolarizada mediante diversos niveles académicos.
- **La edad.** Esta referida a los niveles del ciclo de la vida en la persona. Su importancia radica en saber que este ciclo de vida se encuentra en que la capacidades y necesidades cambiantes con el tiempo avanzando. La edad es un punto relevante, este suma o resta, en la capacidad de cada persona para sus derechos. (ACNUR, 2019).
- **El género.** Estas se refieren a roles socialmente en construcción para ambos sexos, frecuentemente es fundamental p de manera que estas personas definen y tienen definición para los demás (ACNUR, 2019). Por otro lado, cuando se habla de “sexo”, básicamente, es la agrupación de caracteres biológicos, físicos, anatómicos y fisiológicos que dan una definición final de varón o mujer a las personas. El seco se determina mediante la naturaleza (UNICEF, 2017).
- **Tiempo de servicio.** Es una variable demográfica, indica el tiempo que un colaborador está en un puesto de trabajo, se cuantifica en días, meses, semestres o años. Por lo usual, la medición se realiza en años.

Capítulo III: Hipótesis y variables

3.1. Hipótesis

En este capítulo, se presentada la hipótesis general y sus respectivas hipótesis específicas de manera que se tenga una referencia establecida respecto a la investigación.

3.1.1. Hipótesis general.

Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según las variables demográficas de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.

3.1.2. Hipótesis específicas.

- H1. Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según el género de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.
- H2. Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según la edad de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.
- H3. Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según tiempo de servicio de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.

3.2. Identificación de las variables

Variable: Calidad del servicio.

Variables intervinientes: Demográficas.

3.3. Operacionalización de las variables

Tabla 5

Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Unidad de medida	Escala	Valor final
Calidad de Servicio	Según Parasuraman (1999), el grado y dirección de las discrepancias entre las percepciones y las expectativas de los clientes.	Se clasifica en: Se mide a través de cinco dimensiones	La variable cuenta con cinco dimensiones las cuales permiten medir la calidad de servicio.	1.Elementos tangibles 2.Fiabilidad 3.Capacidad de respuesta 4.Seguridad 5.Empatía	Puntaje numérico del 1 a 7	Ordinal	1 al 7
Variables demográficas	“Son variables que se utilizan para clasificar a los encuestados y comprender los resultados”	Según la investigación son: Género Edad Tiempo de servicio		Género Edad Tiempo de servicio	1 a 2 1 a 9 1 a 7	Nominal Ordinal	

Capítulo IV: Metodología

La metodología de la investigación abarcó el enfoque, el método, el tipo, el diseño, y el nivel de investigación: así mismo presenta la población, muestra, consentimiento informado, e instrumento utilizado al momento de aplicar la investigación. Adicionalmente se muestra la confiabilidad, validez y la explicación de recolección y análisis de datos.

4.1. Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativa, porque “se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva” (Bernal, 2010, p. 60), además se caracteriza por probar hipótesis, exigir la confiabilidad y validez en la medición, considerar la generalidad en los resultados y conclusiones, e intentar lograr la objetividad.

4.2. Tipo de investigación

La investigación ocupó el tipo aplicada, porque y según Sánchez y Reyes (2009) se utilizará la teoría para aplicarla y dar solución a la realidad estudiada. La investigación empleó la teoría sobre la percepción de la calidad de servicios y su análisis sobre las variables demográficas.

4.3. Nivel de investigación

El nivel tomado fue el descriptivo, ya que la investigación descriptiva busca llegar a conocer características, rasgos, situaciones importantes de una manifestación que se analice. Describe tendencias de un grupo o población (Hernández et al., 2014).

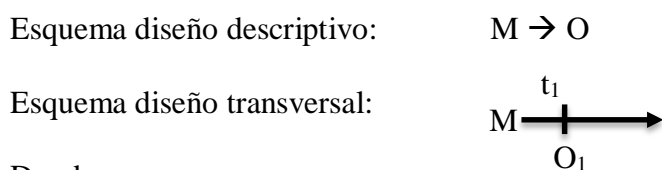
4.4. Métodos de investigación

En el documento se hizo uso del método científico, siguiendo a Vara (2015) señala, que este método es simple, resolutivo y flexible, además que constantemente está en mejora y no es limitante ni rígido en su aplicación. Este método está basado en una serie de pasos con lógica

y con un carácter de universalidad. Así mismo lo reitera Behar (2008), quien sostiene que el método científico va acorde a una serie de pasos estructurados en orden, coherencia y lógica propio del método científico. Así mismo este método se caracteriza por ser factico, trascender en los hechos, atenerse a reglas metodológicas, valerse de la verificación empírica, ser autocorrectivo y progresivo, y dar conclusiones de tipo general.

4.5. Diseño de investigación

Como parte del diseño de investigación, se consideró el descriptivo, no experimental de tipo transeccional o transversal porque tiene como propósito “describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (Hernández et al., 2014, p. 84). Espinoza (2010) señala sobre el diseño descriptivo simple, que este busca obtener información actual sobre el tópico investigado. El esquema va como sigue:



M: Muestra sobre la cual el estudio será realizado.

O: Observación de la propia muestra.

T: Momento en que se realiza la observación

4.6. Población y muestra

4.6.1. Población.

La población hace referencia al conjunto de todos los individuos (objetos, personas, documentos, data, eventos, empresas, situaciones, etc.) a investigar (Vara, 2015). Tomando como referencia lo mencionado, para la investigación el total de personas a investigar fue 23 colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de la ciudad de Huancayo.

4.6.2. Muestra.

4.6.2.1. Unidad de análisis.

La unidad de análisis fue un colaborador (docente y personal administrativo) de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de la ciudad de Huancayo.

4.6.2.2. Tamaño de la muestra.

Debido a las limitaciones de la investigación, fue necesario determinar una muestra por medio de un muestreo probabilístico.

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

Donde:

N= 23 [Tamaño del universo]

p= .5 [probabilidad de éxito]

q= .5 [probabilidad de fracaso]

e= 5% [error máximo aceptable]

Z= 1.96 [nivel de confianza]

El resultado es equivalente a 22 colaboradores, siendo éste el tamaño de la muestra.

4.5.2.3. Selección de la muestra.

La muestra fue seleccionada aplicando el muestreo aleatorio simple hasta llegar al tamaño de la muestra estimada.

4.7. Técnicas e instrumento de recolección de datos

4.7.1. Técnicas.

Se aplicó la técnica de la encuesta que se refiere a la extracción de información correspondiente a una muestra establecida aplicando diversos instrumentos (Vara, 2015).

4.7.2. Instrumentos.

4.7.2.1. Diseño.

La unidad de análisis fue un colaborador (docente y personal administrativo) de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de la ciudad de Huancayo.

El instrumento para determinar la calidad de servicio es la herramienta denominada SERVQUAL la cual fue propuesta por Berry, Parasuraman y Zeithaml; lo conforman 22 preguntas las cuales miden expectativas [lo que el cliente anhela del servicio] y percepciones en relación con el servicio, así también el modelo se basa en cinco dimensiones: (a) elementos tangibles, (b) fiabilidad, (c) capacidad de respuesta, (d) seguridad, y (e) empatía.

Las 22 preguntas son evaluadas bajo el rango del 1 al 7, en el cual 1 significa muy baja conformidad y 7 muy alta conformidad, así también la medición de las dimensiones ya mencionadas se determina asignándole un valor del 0 al 100, entre las cinco dimensiones las cuales deben de dar una sumatoria de 100 puntos.

El modelo del instrumento se muestra en el Apéndice B.

4.7.2.2. Confiabilidad.

La confiabilidad o fiabilidad del instrumento es una exigencia básica, debido a que asegura la precisión y la veracidad de los datos, para la investigación se utilizó el método de consistencia interna de alfa de Cronbach, que es el coeficiente que calcula la fiabilidad de una escala, es el promedio de todos los coeficientes que resultan de las diferentes divisiones de los reactivos de la escala (Niño, 2011). “El coeficiente varía entre 0 y 1, y un valor igual o menor a .6 por lo general indica una confiabilidad no satisfactoria de consistencia interna” (Malhotra, 2008, p. 285).

En la Tabla 6 y Tabla 7 se muestran los coeficientes de Alfa de Cronbach para expectativa de servicio y percepción de servicios, los coeficientes indican que existe confiabilidad satisfactoria en los datos ya que superan el .6.

Tabla 6

Alfa de Cronbach - Expectativa de servicio

Expectativa de servicio	Alfa de Cronbach	Número de elementos
Elementos tangibles	.799	4
Fiabilidad	.778	5
Capacidad de respuesta	.599	4
Seguridad	.897	4
Empatía	.795	5

Tabla 7

Alfa de Cronbach - Percepción de servicio

Percepción de servicio	Alfa de Cronbach	Número de elementos
Elementos tangibles	.799	4
Fiabilidad	.778	5
Capacidad de respuesta	.599	4
Seguridad	.897	4
Empatía	.795	5

4.7.2.3. Validez.

Posteriormente, se determinó la validez debido a que “es una cualidad del instrumento que consiste en que este sirva para medir la variable que se busca medir, y no otra, es decir, que sea el instrumento preciso, el adecuado” (Niño, 2011, p. 87). Este instrumento fue validado por Mejías (2005) e incluso se hace mención de que el SERVQUAL fue validado por primera vez en 1992 por Michelsen Consulting (Numpaque & Rocha, 2016) de manera que su aplicabilidad está superditada a múltiples investigaciones que ofrecen respaldo al instrumento para su ejecución en las investigaciones referidas a la calidad.

La matriz de correlación para expectativa de servicio y percepción de servicio se muestran en el Apéndice D y Apéndice E, respectivamente. Por otra parte, el consentimiento informado es un documento que fue entregado a los colaboradores que participaron de la investigación al iniciar con la aplicación del instrumento, en la cual se les hace conocimiento de que la investigación se desarrollaría con fines netamente académicos, y se enfatiza que los datos que se obtendrán son confidenciales, se da por aceptada la participación voluntaria al obtener la firma de cada uno de los participantes.

Capítulo V. Resultados

En el capítulo cuatro se realizó el análisis de los resultados de la herramienta SERVQUAL, el cual permitió conocer la percepción de expectativa de servicio, percepción de servicio y brecha, así mismo poder contrastar las hipótesis planteadas en función a las variables (a) género, (b) edad, y (c) tiempo de servicio.

5.1 Descripción del trabajo de campo

La recolección de datos se ejecutó en el año 2018, la aplicación del instrumento se desarrolló en los propios ambientes de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno, bajo un estricto asesoramiento y apoyo a los colaboradores antes, durante y después de la aplicación del instrumento. Las imágenes se muestran en el Apéndice H.

El análisis de datos se desarrolló posteriormente a la aplicación del instrumento a todos los colaboradores, fue necesario utilizar programas estadísticos y de cálculos como el SPSS Statistics 23 y Microsoft Excel.

El análisis se inició determinando Diagramas de Cajas y Bigotes para expectativa y percepción de servicio, de forma individual con la finalidad de conocer el comportamiento de los datos y determinar datos atípicos, estos se muestra en el Apéndice F y Apéndice G; posteriormente se determinó el coeficiente de confiabilidad de alfa de Cronbach y la validez del instrumento por medio de la matriz de correlación, la cual bajo un determinante igual a 0 nos indica que existe correlación entre los ítems y por lo tanto el instrumento es válido. Finalmente, se presentan los resultados bajo cuadros estadísticos, para luego contrastar cada una de las hipótesis bajo pruebas estadísticas como las de normalidad, homogeneidad, pruebas paramétricas, no paramétricas, entre otras.

5.1.1. Perfil de los informantes

El total de personas que contribuyeron con la investigación fueron 22 encuestados, de los cuales en relación al género un 13.64% representan al género masculino y un 86.36% al

género femenino; para la variable edad, la mayor representación lo tienen aquellas personas que tienen un rango de edad entre 50 a 54 años, representado por un 18.18%; y por último, en relación a la variable tiempo de servicio los que llevan trabajando más de 10 años son los que tienen mayor representatividad con un 31.82%. Los resultados se muestran en la Tabla 8.

Tabla 8

Perfil de encuestados en función a las variables de estudio

Variables		fº	%
Género	Masculino	3	13.64%
	Femenino	19	86.36%
	Total	22	100%
Edad	De 25 a 29 años	3	13.64%
	De 30 a 34 años	3	13.64%
	De 35 a 39 años	3	13.64%
	De 40 a 44 años	3	13.64%
	De 45 a 49 años	1	4.55%
	De 50 a 54 años	4	18.18%
	De 55 a 59 años	3	13.64%
	Mayor a 59 años	2	9.09%
	Total	22	100%
Tiempo de servicio	Menos a 1 año	3	13.64%
	De 1 a 2 años	6	27.27%
	De 3 a 4 años	2	9.09%
	De 5 a 6 años	2	9.09%
	De 9 a 10 años	2	9.09%
	Más de 10 años	7	31.82%
	Total	22	100%

5.2. Presentación de resultados

Se presentan los resultados tomando en consideración los datos obtenidos sin ponderación y con ponderación para expectativa de servicio y percepción de servicio con sus

cinco componentes, así mismo se describe dichos componentes en relación con su importancia relativa. Para lo cual se muestran tablas descriptivas, gráficos de barras y graficas de sectores que aportan en la interpretación y el análisis de los datos.

5.2.1. Expectativa de servicio sin ponderación.

Las expectativas de los encuestados fueron determinadas en relación con los cinco componentes de calidad de servicio, en la Tabla 9 se puede observar que los componentes con mayor expectativa para los clientes internos son la capacidad de respuesta y la seguridad; siendo el de menor importancia el componente elementos tangibles.

Tabla 9

Tabla descriptiva. Expectativa de servicio

Expectativa de servicio	Estadístico	
	Media	Desv. est.
Elementos tangibles	6.11	.95
Fiabilidad	6.23	.59
Capacidad de respuesta	6.24	.54
Seguridad	6.24	.73
Empatía	6.20	.73

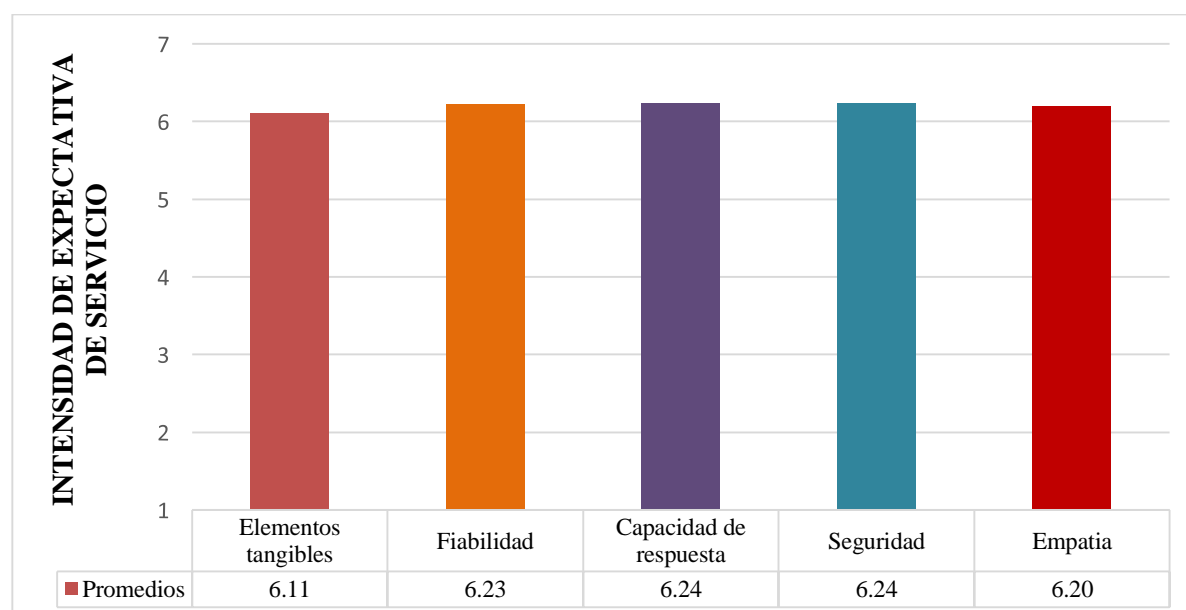


Figura 4. Distribución de medias para expectativa de servicio

En la figura 4 es posible visualizar una comparación de los cinco componentes, y pese a que la diferencia no es mucha, algunos tienden a predominar más que otros.

5.2.2. Percepción de servicio sin ponderación.

La percepción de servicio nos indica una calificación de lo que realmente están recibiendo los clientes internos y como lo están calificando, según la Tabla 10 el componente con mayor calificación es capacidad de respuesta y el de menor calificación elementos tangibles.

Tabla 10

Tabla descriptiva. Percepción de servicio

Percepción de servicio	Estadístico	
	Media	Desv. est.
Elementos tangibles	4.17	1.39
Fiabilidad	5.01	1.48
Capacidad de respuesta	5.11	1.40
Seguridad	4.93	1.60
Empatía	4.91	1.51

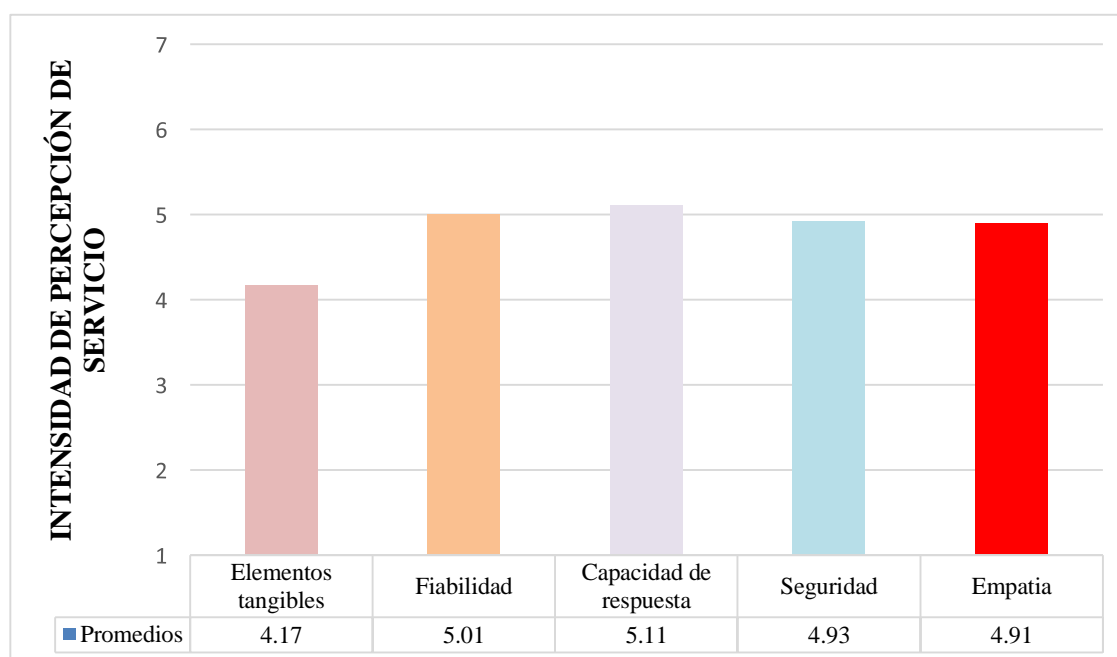


Figura 5. Distribución de medias para percepción de servicio.

En la figura 5 es posible visualizar, que, a diferencia de las expectativas, para la percepción de servicio las calificaciones si presentan diferencias más marcadas. Al realizar una comparación entre expectativa de servicio y percepción de servicio con datos no ponderados, es evidente que las expectativas superan a las percepciones entre uno y dos puntos de intensidad, principalmente en los componentes elementos tangibles, seguridad y empatía.

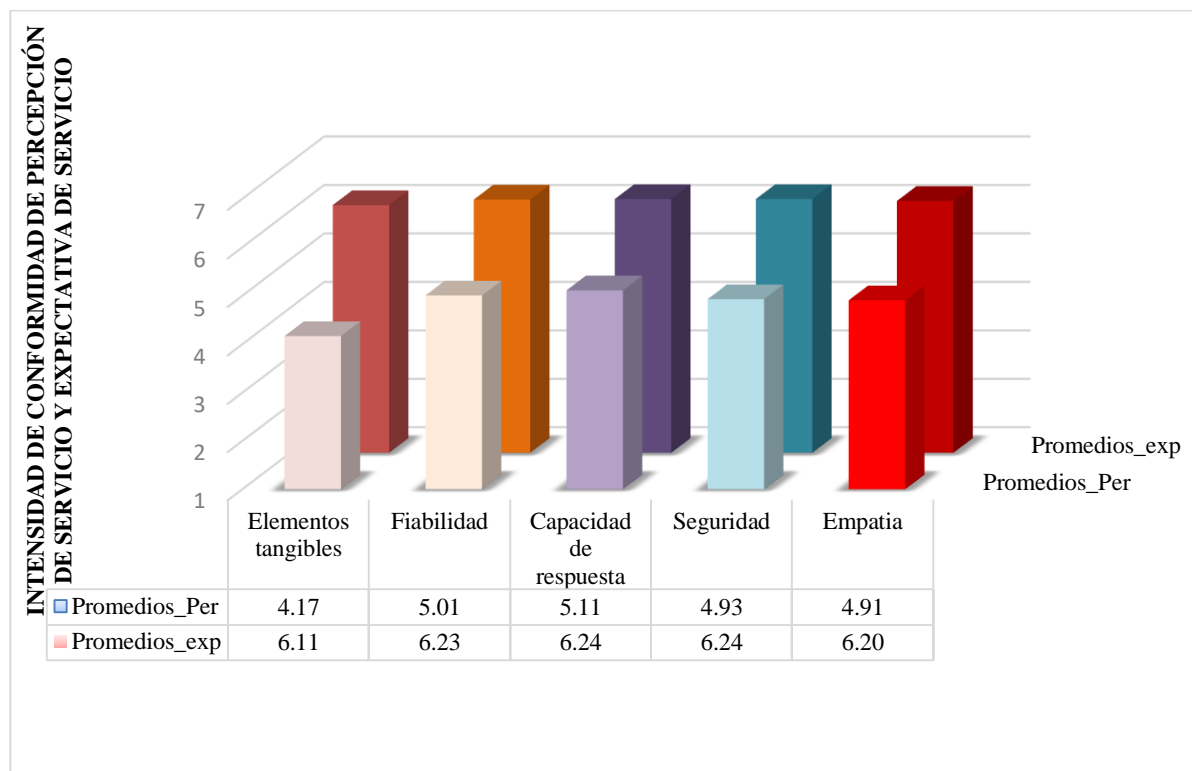


Figura 6. Comparación entre expectativa de servicio y percepción de servicio con datos no ponderados.

5.2.3. Importancia relativa por criterio.

Con la finalidad de identificar cual es el componente que tiene mayor importancia relativa para el encuestado, evaluaron dicho criterio, considerando una calificación de 0 a 100 puntos, la valoración de los 100 puntos se distribuye entre los cinco componentes, por lo tanto, en la Tabla 11 es posible identificar que el componente o criterio que tiene mayor importancia para los encuestados de la institución es el componente de empatía.

Así también, se representa dichos resultados en el gráfico de sectores que se muestra en la Figura 7.

Tabla 11

Tabla descriptiva. La importancia relativa de los componentes

Importancia relativa	Estadístico	
	Media	Desv. est.
Elementos tangibles	21.70	19.96
Fiabilidad	17.50	17.17
Capacidad de respuesta	13.75	7.86
Seguridad	22.05	15.01
Empatía	25.00	17.99

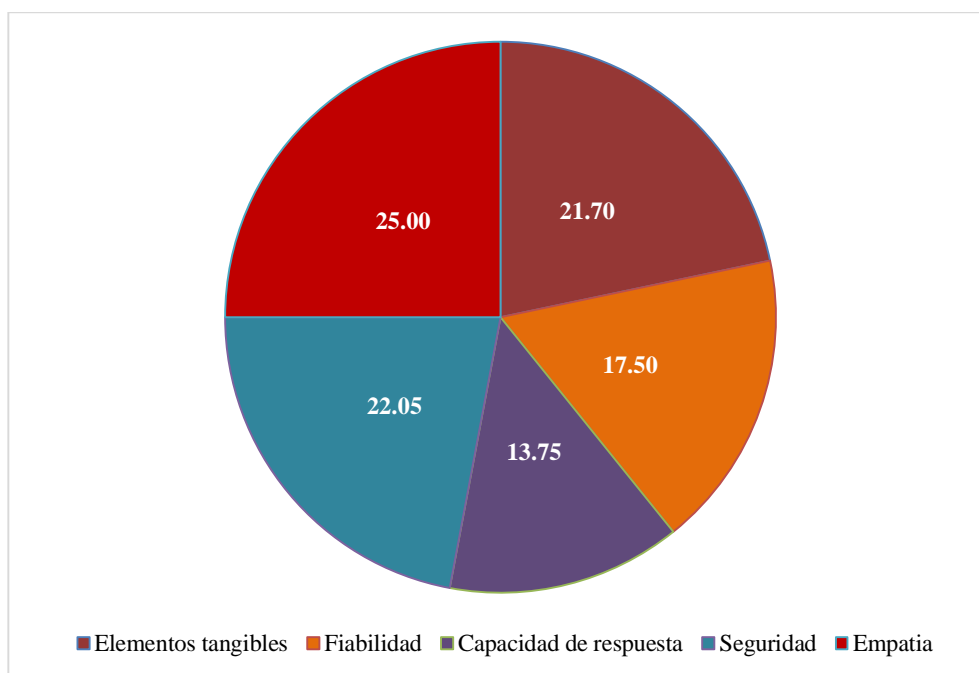


Figura 7. Distribución según la importancia relativa para cada componente.

5.2.4. Expectativa de servicio ponderado.

En la Tabla 12 se aprecia los promedios de respuestas de cada componente en relación a las expectativas de servicio con datos ponderados, en la cual se evidencian diferencias

significativas, el componente que posee mayor expectativa para los encuestados es empatía, seguido por seguridad; y el con menor expectativa es el componente capacidad de respuesta.

Tabla 12

Tabla descriptiva. Expectativa de servicio ponderado

Expectativa de servicio ponderado	Estadístico	
	Media	Desv. est.
Elementos tangibles	1.35	1.308
Fiabilidad	1.07	1.044
Capacidad de respuesta	.85	.471
Seguridad	1.39	1.011
Empatía	1.55	1.156

En la figura 8 se muestra mediante un gráfico de barras una comparación de la calificación de expectativas de los encuestados por cada componente.

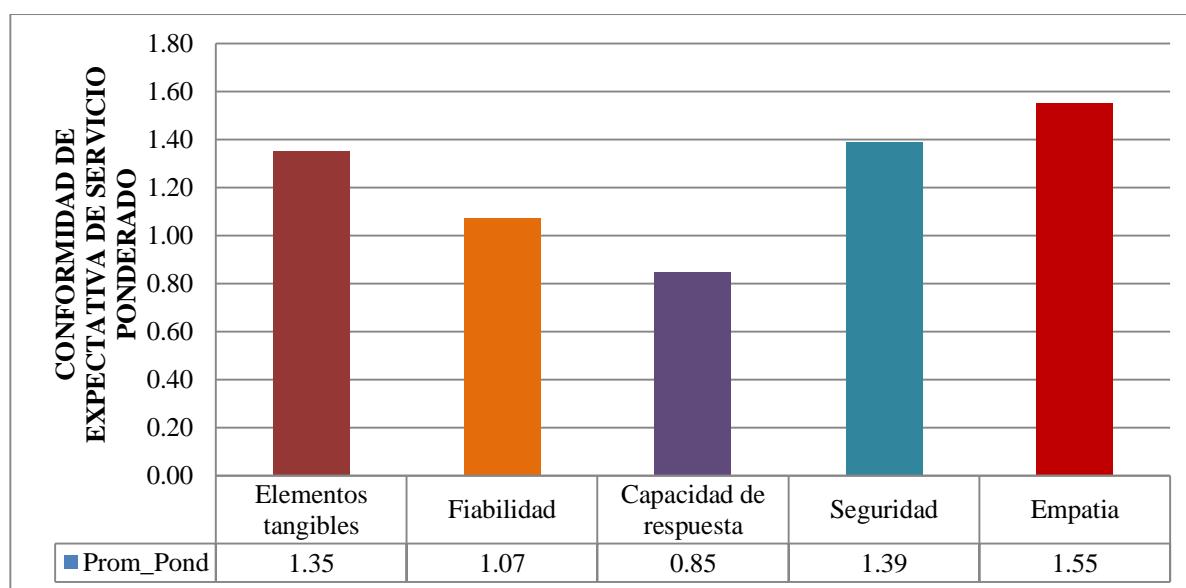


Figura 8. Distribución de medias de expectativa de servicio con datos ponderados.

5.2.5. Percepción de servicio ponderado.

En la Tabla 13 se muestran los promedios de respuestas de cada componente en relación a la percepción de servicio con datos ponderados, evidenciándose también diferencias

significativas, el componente que posee mayor percepción para los encuestados es empatía, seguido por seguridad; y el con menor percepción de servicio es el componente capacidad de respuesta.

Tabla 13

Tabla descriptiva. Percepción de servicio ponderado

Percepción de servicio ponderado	Estadístico	
	Media	Desv. est.
Elementos tangibles	.94	1.122
Fiabilidad	.87	.998
Capacidad de respuesta	.66	.361
Seguridad	1.08	.864
Empatía	1.28	1.080

En la figura 9 se muestra con mayor notoriedad por medio del gráfico de barras, la diferencia que representan las calificaciones de percepción de servicio en cada uno de los cinco componentes.

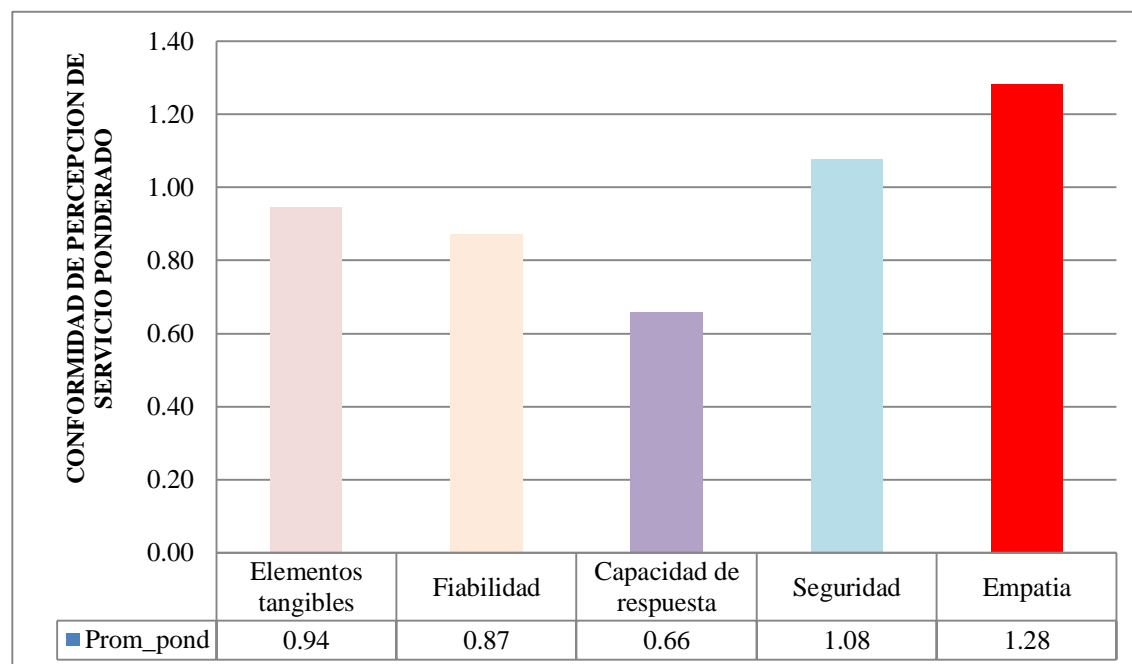


Figura 9. Distribución de medias de percepción de servicio con datos ponderado.

En la figura 10 se muestra una comparación del promedio general de expectativa de servicio y percepción de servicios, los resultados son evidentemente claros, las expectativas superan a las percepciones, por lo tanto, se obtiene una brecha negativa.

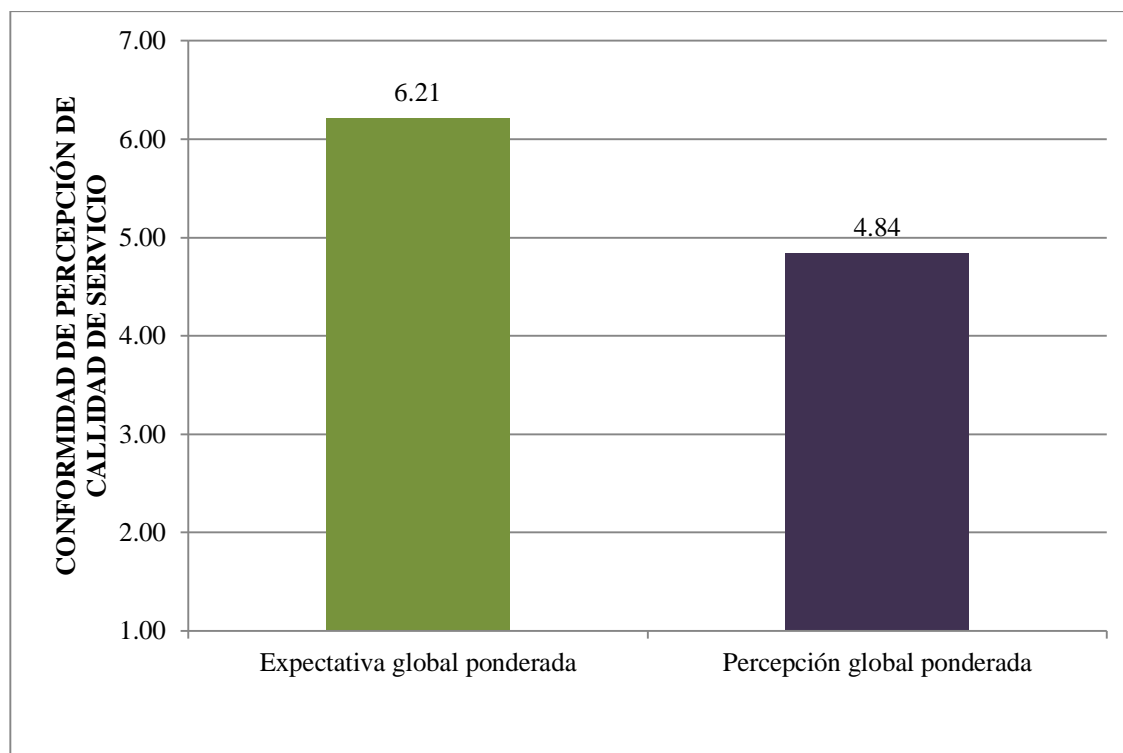


Figura 10. Comparación de medias ponderadas para expectativa y percepción de servicios.

5.2.6. Percepción de calidad de servicio – brecha.

El resultado de obtener una brecha negativa de calidad de servicio es consecuencia de que las expectativas superen a las percepciones, en la Tabla 14 se muestra el resultado de la brecha, siendo este igual a -1.37.

Tabla 14

Tabla descriptiva. Brecha

Percepción de calidad de servicio	Estadístico	
	Media	Desv. est.
Brecha	-1.37	1.35

5.2.7. Percepción comparativa.

Se muestra la comparación de los resultados de la calidad de servicio según las variables intervinientes en los colaboradores.

Tabla 15

Tabla comparativa según componentes de la percepción de la calidad

Variable	Categorías	Estadísticas	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Género	Masculino	Media	15	20	30	20	15
		Desv. Est.	-	-	-	-	-
	Femenino	Media	22	17	13	22	25
		Desv. Est.	20	18	7	15	18
Edad (años)	20 a 24	Media	-	-	-	-	-
		Desv. Est.	-	-	-	-	-
	25 a 29	Media	28	13	10	28	20
		Desv. Est.	24	6	0	18	13
	30 a 34	Media	10	12	17	27	35
		Desv. Est.	5	8	12	21	23
	35 a 39	Media	28	20	12	13	27
		Desv. Est.	20	17	3	6	21
	40 a 44	Media	12	13	18	38	18
		Desv. Est.	3	10	3	13	3
	45 a 49	Media	3	5	3	30	60
		Desv. Est.	-	-	-	-	-
	50 a 54	Media	30	29	15	16	10
		Desv. Est.	34	35	12	17	7
	55 a 59	Media	32	13	15	10	30
		Desv. Est.	16	6	9	0	20
	Mayor a 59	Media	13	25	13	20	30
		Desv. Est.	18	21	11	14	28

Tiempo de servicio en la institución (años)	Menos de 1 año	Media	27	19	13	21	20
		Desv. Est.	14	12	6	13	17
1 a 2 años		Media	17	10	13	26	35
		Desv. Est.	19	6	10	15	19
3 a 4 años		Media	15	15	15	10	45
		Desv. Est.	7	7	7	0	21
5 a 6 años		Media	-	-	-	-	-
		Desv. Est.	-	-	-	-	-
7 a 8 años		Media	10	5	15	50	20
		Desv. Est.	-	-	-	-	-
9 a 10 años		Media	15	20	30	15	20
		Desv. Est.	-	-	-	-	-
Más de 10 años		Media	26	24	12	21	18
		Desv. Est.	29	27	8	17	16

Respecto al género se muestra que existen diferencias en la media respecto con la percepción de la calidad. Los del género masculino suelen centrarse en la fiabilidad y capacidad de respuesta; mientras que las del género femenino se enfocan en los elementos tangibles, la seguridad y la empatía.

Analizando los resultados de la diferencia de la percepción de la calidad con respecto a la edad, se muestra que las personas entre 55 y 59 años se centran en los elementos tangibles. Las personas entre 50 y 54 años se enfocan en la fiabilidad. Por otra parte, el grupo cuya edad se ubica entre 40 y 44 años priorizan la capacidad de respuesta y la seguridad. Finalmente, el grupo de 45 a 49 años le ofrece mayor relevancia a la empatía.

Respecto al tiempo de servicio, los colaboradores con menos de un año les dan relevancia a los elementos tangibles. Los colaboradores con más de 10 años de labores le dan mayor importancia a la fiabilidad. Aquellos colaboradores que están entre 9 y 10 años

establecen una mayor preferencia por la capacidad de respuesta. Los de 7 a 8 años se enfocan en la seguridad; mientras que los de 3 a 4 años prefieren la empatía.

5.3. Contrastación de resultados.

Se contrastan cada una de las hipótesis específicas planteadas, tomando en consideración un análisis en función a las variables demográficas como son (a) género, (b) edad, (c) tiempo de servicio. En primer lugar, se realizó un análisis descriptivo de medias y desviación estándar, posteriormente para el análisis de normalidad se interpretan histogramas y gráfico Q-Q, para luego corroborar el resultado mediante las pruebas de Kolmogorov Smirnov o Shapiro-Wilk, la elección de la prueba dependerá de la cantidad de la muestra; una vez analizada la normalidad se procede a verificar la homogeneidad de los datos mediante la prueba de Levene, y por último en función al resultado de normalidad se elige utilizar pruebas paramétricas o no paramétricas para aceptar o rechazar la hipótesis.

5.3.1. Análisis de la percepción de la calidad de servicio según el género.

H1: Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según el género de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo-2018.

Tabla 16

Tabla descriptiva en función al género

Percepción de calidad de servicio	Género	Estadístico	
		Media	Desv. est.
Expectativa Ponderada	Masculino	6.25	.659
	Femenino	6.20	.602
Percepción Ponderada	Masculino	4.36	1.723
	Femenino	4.91	1.333
Brecha	Masculino	-1.88	1.323
	Femenino	-1.29	1.371

Para el análisis de la primera hipótesis en función a la variable género se consideraron tablas descriptivas, análisis de normalidad, homogeneidad y pruebas paramétricas.

La Tabla 16 muestra los resultados descriptivos de medias y desviación estándar en función al género, en la cual se puede evidenciar que tanto para el género masculino como femenino existen promedios con diferencias mínimas en expectativa ponderada, percepción ponderada y brecha.

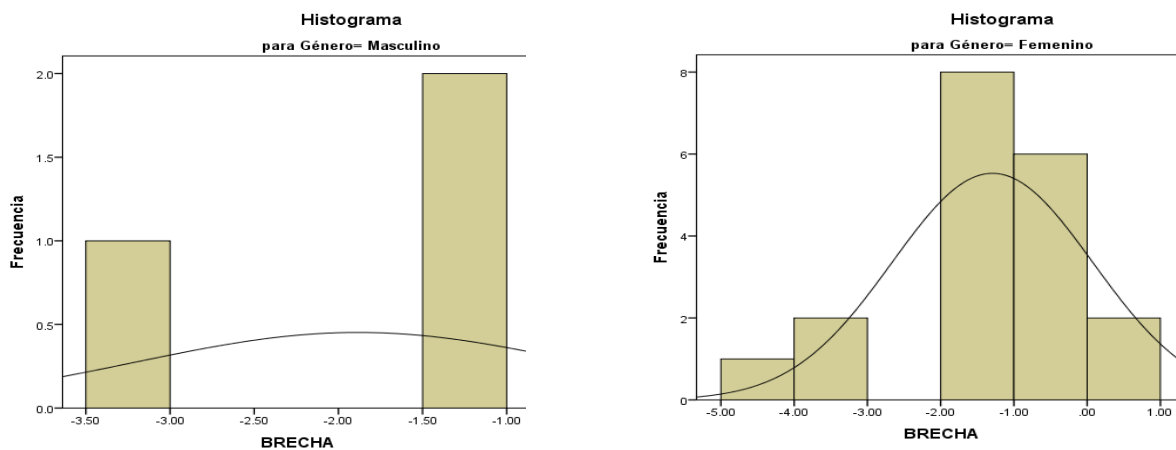


Figura 11. Distribución de frecuencias con relación al género.

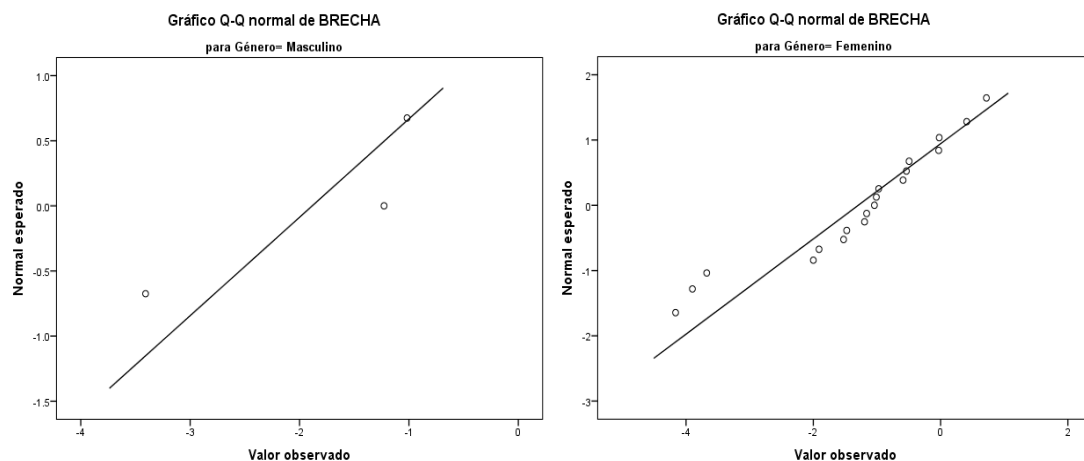


Figura 12. Distribución de datos en función al género.

Para el análisis de normalidad se analizó en primer lugar la distribución de frecuencias por medio de histogramas que se muestran en la figura 11, a continuación, los datos también fueron analizados haciendo uso del Gráfico Q-Q que se muestra en la figura 12; y por último

se utilizó el método de Shapiro-Wilk en el cual se consideraron sus valores significativos, si $p > .05$ si posee distribución normal, de lo contrario los datos de la muestra analizada no presentarían normalidad. La Tabla 17 nos permite describir que si existe normalidad en los datos. Por lo tanto, ya habiendo analizado los gráficos y prueba de normalidad se determina que los datos son normales y es necesario utilizar pruebas paramétricas para aceptar o rechazar la hipótesis.

Tabla 17

Prueba de normalidad según el género

Percepción de calidad de servicio	Género	Pruebas de normalidad					
		Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Brecha	Masculino	.357	3		.815	3	.152
	Femenino	.170	19	.152	.908	19	.067

Tabla 18

Prueba de homogeneidad de varianzas

Prueba de homogeneidad de varianzas					
Percepción de calidad de servicio	Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.	
BRECHA	0.000	1	20	.992	

Al analizar la homogeneidad de varianza de datos de la muestra por medio de la Prueba de Levene, se consideraron los valores de significancia en el que si $p > .05$ se indica que si hay homogeneidad de varianzas de lo contrario no se da homogeneidad.

En la Tabla 18 se puede apreciar que el nivel de significancia es mayor a .05 por lo tanto los datos son homogéneos es decir que poseen homocedasticidad.

Ya habiendo analizado y comprobado la normalidad y homogeneidad de los datos, se determinó que se debe de utilizar la prueba paramétrica *T-student* por ser género una variable

dicotómica. Para llevar a prueba una hipótesis es necesario considerar también el nivel de significancia, en el que si $p > .05$ no se rechaza la hipótesis, en la Tabla 19 se evidencia que el nivel de significancia es superior a .05 por lo tanto no se rechaza la hipótesis.

Tabla 19

Prueba T-Student

Prueba de muestras independientes										
Prueba de Levene de igualdad de varianzas					Prueba t para la igualdad de medias					
F	Sig.	T	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia			
							Inferior	Superior		
Se asumen varianzas iguales	.000	.992	-.696	20	.494	-.590	.848	-2.361	1.179	
No se asumen varianzas iguales			-.715	2.726	.531	-.590	.826	-3.376	2.194	

5.3.2. Análisis de la percepción de la calidad de servicio según edad.

H2: Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según la edad de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo-2018.

La Tabla 20 muestra los resultados descriptivos de medias y desviación estándar en función a la variable edad, con los resultados se evidencia que, en expectativa de servicio, percepción de servicio y brecha, existen promedios con diferencias significativas.

Al realizar el análisis de normalidad, la distribución de frecuencias por medio de histogramas que se muestran en la Figura 13 y el gráfico Q-Q que se muestran en la Figura 14

nos dan un indicio de que los datos son normales, para corroborar dicha afirmación se utilizó en método de Shapiro-Wilk, los resultados se muestran en la Tabla 17 y nos indican que el valor de significancia supera .05, por lo tanto, los datos poseen una distribución normal, siendo necesario utilizar pruebas paramétricas para aceptar o rechazar la hipótesis.

Tabla 20

Tabla descriptiva en función a la edad

Percepción de calidad de servicio	Edad	Estadístico	
		Media	Desv. est.
Expectativa Ponderada	De 25 a 29 años	6.370	.205
	De 30 a 34 años	6.433	.591
	De 35 a 39 años	5.387	.506
	De 40 a 44 años	6.373	.512
	De 50 a 54 años	6.385	.318
	De 55 a 59 años	6.337	.894
	Mayor a 59 años	6.355	.912
Percepción Ponderada	De 25 a 29 años	6.160	.616
	De 30 a 34 años	5.647	.970
	De 35 a 39 años	3.270	.710
	De 40 a 44 años	4.107	1.153
	De 50 a 54 años	4.780	1.643
	De 55 a 59 años	5.027	1.746
	Mayor a 59 años	5.245	1.039
Brecha	De 25 a 29 años	- .210	.727
	De 30 a 34 años	- .785	.384
	De 35 a 39 años	-2.119	1.198
	De 40 a 44 años	-2.268	1.651
	De 50 a 54 años	-1.604	1.747
	De 55 a 59 años	-1.309	2.217
	Mayor a 59 años	-1.106	.126

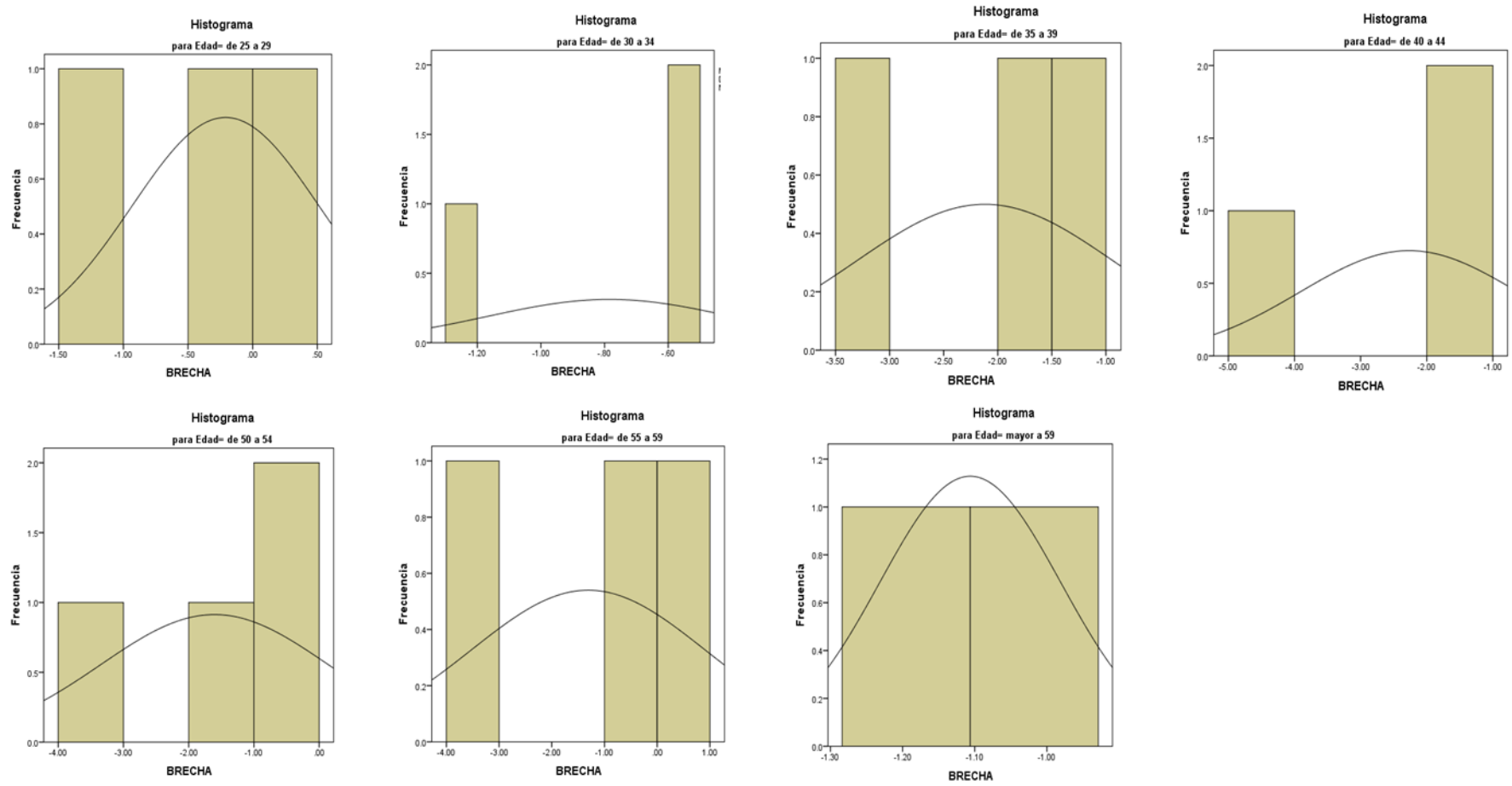


Figura 13. Distribución de frecuencias en relación con la edad.

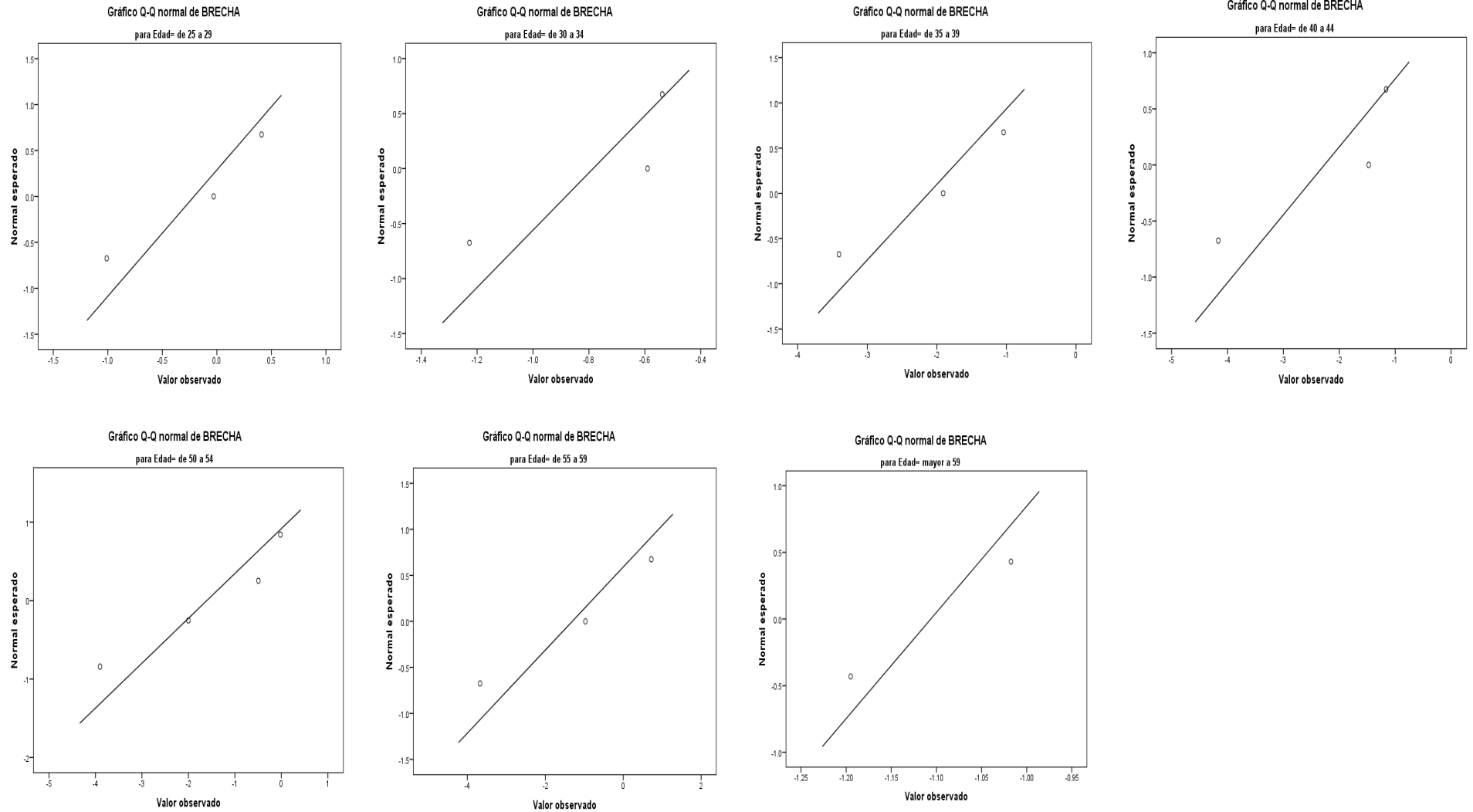


Figura 14. Distribución de la brecha en relación con la edad.

Tabla 21

Prueba de normalidad según la edad

Percepción de calidad de servicio	Edad	Pruebas de normalidad					
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
BRECHA	De 25 a 29 años	.264	3		.954	3	.587
	De 30 a 34 años	.361	3		.807	3	.131
	De 35 a 39 años	.236	3		.977	3	.710
	De 40 a 44 años	.351	3		.827	3	.181
	De 50 a 54 años	.237	4		.928	4	.582
	De 55 a 59 años	.227	3		.983	3	.748
	Mayor a 59 años	.260	2				

Al analizar la homogeneidad de varianza de datos de la muestra por medio de la Prueba de Levene, el nivel de significancia es mayor a .05 por lo tanto los datos son homogéneos es decir que poseen homocedasticidad, los resultados mencionados se muestran en la Tabla 22.

Tabla 22

Prueba de homogeneidad de varianzas

Percepción de calidad de servicio	Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
Brecha	2.160	6	14	.110

Ya habiendo analizado y comprobado la normalidad y homogeneidad de los datos, se determinó que se debe de utilizar la prueba paramétrica Anova por ser edad una variable politómica. En la Tabla 23 se evidencia que el nivel de significancia es superior a .05 por lo tanto no se rechaza la hipótesis.

Tabla 23

Prueba paramétrica - ANOVA

ANOVA de un factor					
Brecha	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	9.557	7	1.365	.667	.697
Dentro de grupos	28.673	14	2.048		
Total	38.230	21			

5.3.3. Análisis de la percepción de la calidad de servicio según el tiempo de servicio.

H3: Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según tiempo de servicio de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo-2018.

Tabla 24

Tabla descriptiva en función al tiempo de servicio

Percepción de calidad de servicio	Tiempo de servicio	Estadístico	
		Media	Desv. est.
Expectativa Ponderada	Menos a 1 año	6.23	.311
	De 1 a 2 años	5.79	.694
	De 3 a 4 años	6.80	.290
	De 7 a 8 años	6.38	.509
	De 9 a 10 años	5.66	.481
	Más de 10 años	6.51	.444
Percepción Ponderada	Menos a 1 año	4.75	1.924

	De 1 a 2 años	4.56	1.063
	De 3 a 4 años	5.99	0.014
	De 7 a 8 años	3.69	1.202
	De 9 a 10 años	5.02	1.442
	Más de 10 años	5.06	1.628
Brecha	Menos a 1 año	-1.48	1.738
	De 1 a 2 años	-1.23	0.463
	De 3 a 4 años	- .80	0.302
	De 7 a 8 años	-2.69	1.715
	De 9 a 10 años	- .64	1.923
	Más de 10 años	-1.45	1.781

La Tabla 24 muestra los resultados descriptivos de medias y desviación estándar en función a la variable tiempo de servicio, con los resultados se evidencia diferencias notorias de los promedios en expectativa de servicio, percepción de servicio y brecha.

Para el análisis de normalidad, la distribución de frecuencias se muestra en la figura 15 y el grafico Q-Q que se muestran en la figura 16, nos dan un indicio de que los datos probablemente son normales, para corroborar dicha afirmación se utilizó el método de Shapiro-Wilk, donde el nivel de significancia supera el valor de .05, por lo tanto, los datos poseen una distribución normal. Los resultados se muestran en la Tabla 25.

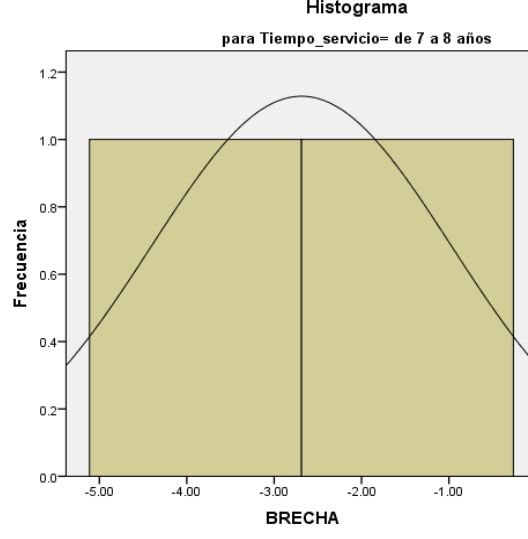
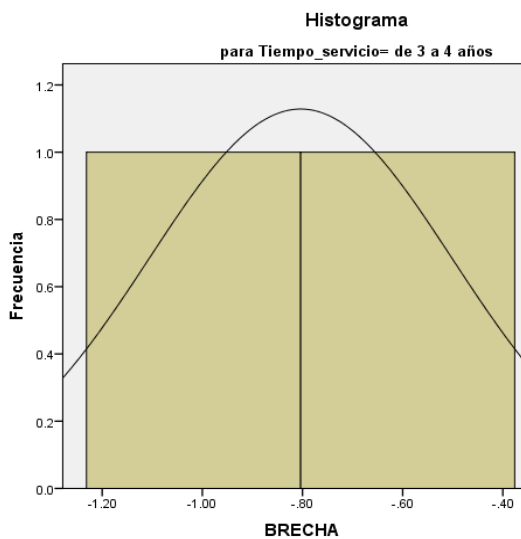
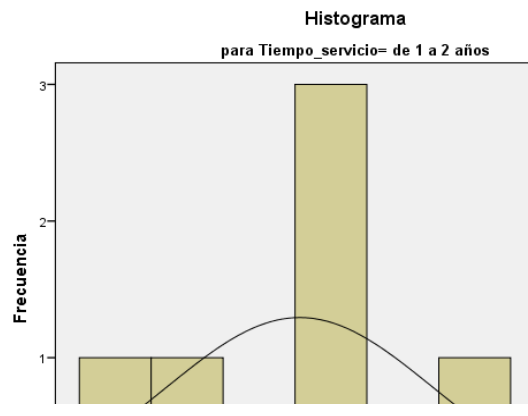
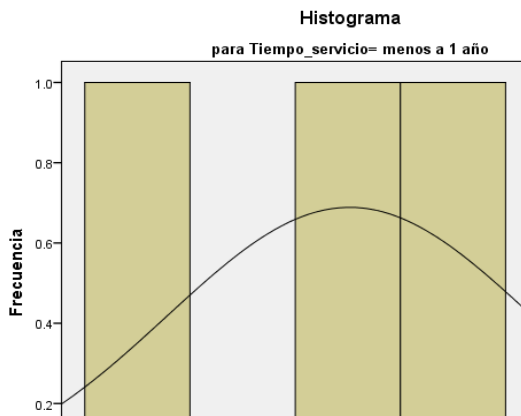
Tabla 25

Prueba de normalidad en función al tiempo de servicio

Percepción de calidad de servicio	Tiempo de servicio	Pruebas de normalidad					
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Brecha	Menos a 1 año	.274	3		.945	3	.546
	De 1 a 2 años	.172	6	.200*	.981	6	.957

De 3 a 4 años	.260	2				
De 7 a 8 años	.260	2				
De 9 a 10 años	.260	2				
Más de 10 años	.270	7	.13	.865	7	.167

Al analizar la homogeneidad de varianza de datos de la muestra por medio de la Prueba de Levene, en la Tabla 26 el nivel de significancia no es mayor a .05 por lo tanto los datos no poseen homocedasticidad.



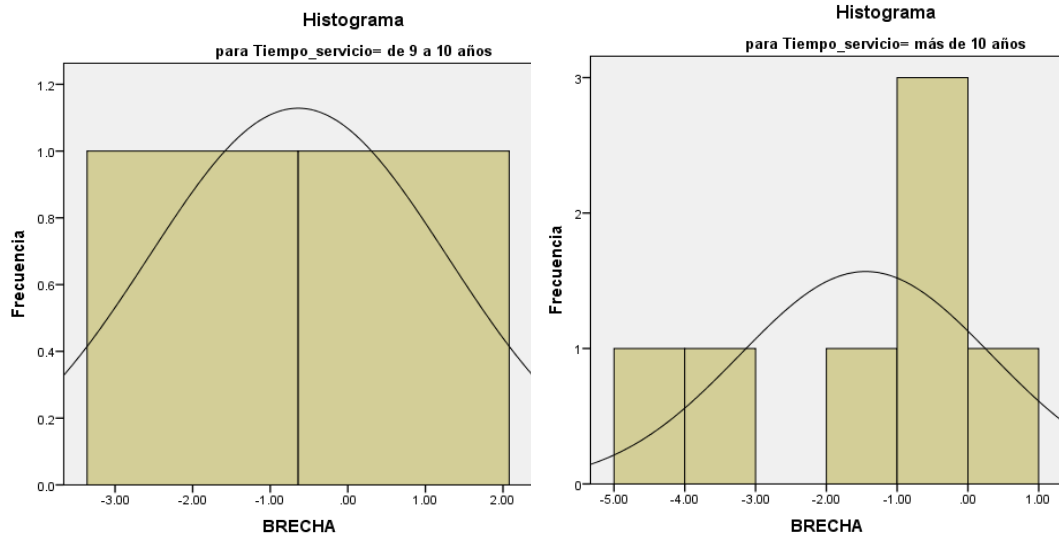
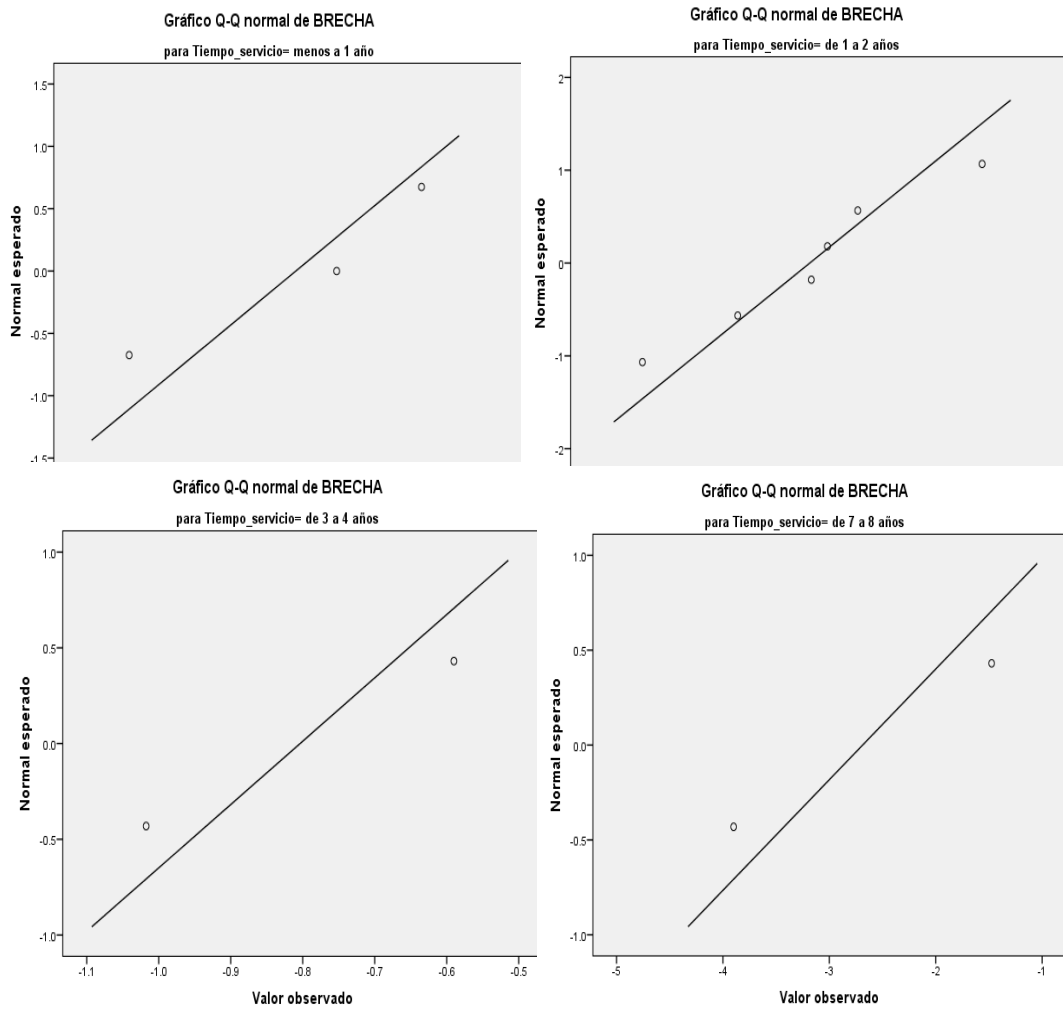


Figura 15. Distribución de frecuencias en relación con el tiempo de servicio.



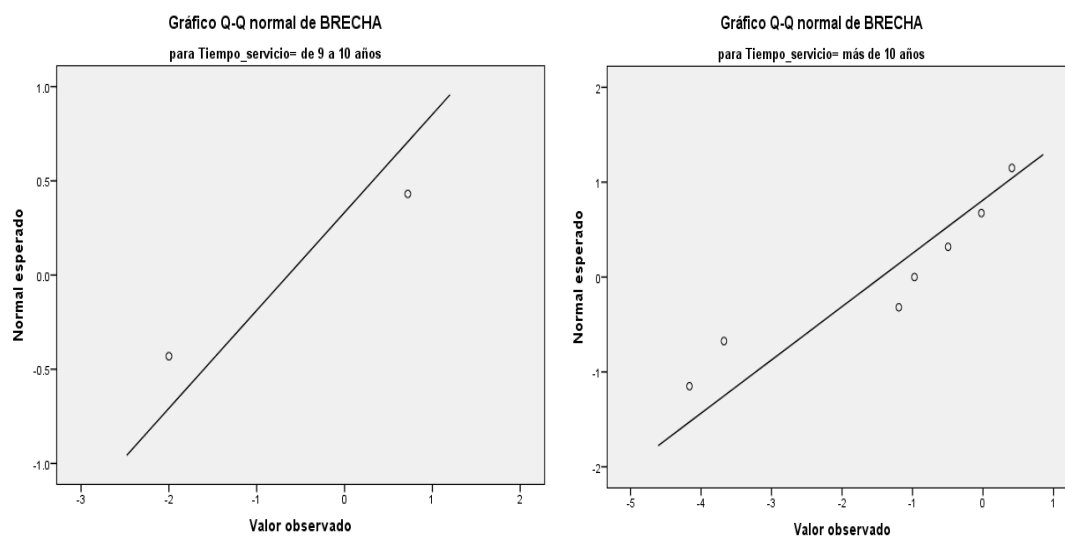


Figura 16. Distribución de la brecha en relación con el tiempo de servicio.

Tabla 26

Prueba de homogeneidad de varianzas

Prueba de homogeneidad de varianzas				
Percepción de	Estadístico de	gl1	gl2	Sig.
calidad de servicio	Levene			
BRECHA	2.806	5	16	.053

Tabla 27

Prueba no paramétrica. Kruskal Wallis

Estadísticos de prueba ^{ab}	
	Brecha
Chi-cuadrado	3.054
Gl	5
Sig. Asintótica	.692

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Tiempo de servicio

En consecuencia, a los resultados obtenidos de normalidad y homogeneidad y ser estos contrarios, no es posible aplicar pruebas paramétricas, por lo tanto, se aplicó la prueba de

Kruskal Wallis, la cual se muestra en la tabla 27, en esta el nivel de significancia es mayor a .05 por ende se acepta la hipótesis.

5.4. Discusión de resultados.

En esta parte de la investigación, se discutirán los resultados con los antecedentes de referencia del Capítulo II.

5.4.1. Discusión con el primer resultado de la investigación.

Con respecto al primer resultado, no se rechaza la hipótesis, por lo tanto, existen diferencias en la percepción de la calidad de servicio según el género de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo 2018. Al contrastar con el antecedente de Zarate, Luna, Negrón y Correa (2018) en su investigación de nivel de satisfacción de los usuarios externos hospitalizados en un hospital nacional de policías, encontramos que también ellos encuentran diferencias en la valoración de la calidad de servicio con respecto al género, las mujeres son más susceptible a la satisfacción de sus necesidades y demandas tomando en cuenta el buen trato, amabilidad, la empatía con las que se les atendió, también es importante la confianza hacia sus médicos tratantes, la investigación concluye que la satisfacción en mujeres es mayor con un 82.87%, mientras que los varones son satisfechos en un 73.08%. Según la investigación de Hanzeliková, López y Fusté (2017) que se desarrolló en el Hospital Geriátrico de Toledo en cuidadores de los pacientes, la investigación mide la satisfacción del cuidado y la satisfacción global de la atención percibida donde los varones valoran con puntuaciones de 5.2 y 4.9 respectivamente, mientras que las mujeres valoran con 5.3 y 5 de acuerdo a lo indicado líneas arriba, siempre valoran con mayor ponderación las mujeres, además los mayores índices de insatisfacción son de los varones.

5.4.2. Discusión con el segundo resultado de la investigación.

En el segundo resultado de la presente investigación, existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según la edad de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez

Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo, debido a que se encuentran diferencias con respecto a las percepciones del servicio prestado de acuerdo a la edad, asimismo Araiza, Zambrano, y Ramírez (2016), en su trabajo señalaron que los alumnos menores de 18 años valoran con mayor puntuación la percepción del servicio, a diferencia de los alumnos que tiene edad entre los 18 años y 22 años; de igual manera se observa que los alumnos mayores de 22 años valoran con menor puntuación el servicio a diferencia de los de 18 a 22 años, aunque la diferencia no es tan significativa como del primer y segundo grupo, en la investigación realizada en la I.E.P. se obtuvo que el rango de edades entre los 25 a 29 años que es el menor, son los que valoran con mayor puntuación de 6.160 la percepción del servicio.

Zarate, Luna, Negrón y Correa (2018), quienes llegan a la conclusión que las personas mientras sean más jóvenes valoran mejor el servicio que las personas adultas, los encuetados en edades de 15 a 30 años respondieron estar 100% satisfechos con el servicio percibido, mientras los que están entre 31 a 60 años con 24.86% insatisfechos y por último se presenta una tendencia a que el adulto mayor valora mejor el servicio que los adultos con un 77.92% de satisfacción con el servicio. En la investigación realizada en la I.E.P. los que valoran mejor el servicio percibido son los colaboradores de 25 a 29 años, mientras los que tiene entre 35 a 39 años valoran con menor puntuación el servicio.

Para Hanzeliková, López y Fusté (2017), los que otorgan una valoración menor de 5.18 para cuidados y 4.78 para atención en general son las personas que están entre el rango de 45 a 54 años, mientras que en la presente investigación la percepción ponderada entre las edades de 35 a 39 es de 3.27, siendo la valoración más baja, seguida de 40 a 44 años con una valoración de 4.1, que son las valoraciones más bajas. Estos resultados tienen similitud y nos permiten reafirmar que los colaboradores jóvenes valoran mejor los resultados, seguido de los adultos mayores, mientras que los adultos entre las edades de 35 a 54 son los que valoran con menor ponderación.

5.4.3. Discusión con el tercer resultado de la investigación.

Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según tiempo de servicio de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno y según la conclusión de Zarate, Luna, Negrón y Correa (2018), “Si bien las características sociodemográficas de cada servicio son similares entre sí, estas pueden variar según el tipo de atención brindada, ya sea consultorio, hospitalización y/o en emergencia, de las diferentes especialidades” (p.47). Entonces se puede asumir que las personas que tienen más de 10 años de tiempo de servicio en la I.E.P. valoran mejor el servicio percibido.

Según la investigación de Bethencourt, Díaz, Gonzáles y Sánchez (2005) la empatía, es la dimensión que obtuvo una mayor valoración por los encuestados con respecto a la calidad percibida y los resultados positivos se dan en la atención individualizada y personalizada al cliente y en el conocimiento de las necesidades específicas de los turistas, estos resultados coinciden con la presente investigación donde los colaboradores le dan más importancia a la dimensión empatía, ya que para el servicio de educación esta es una dimensión imprescindible.

Conclusiones

1. La presente investigación muestra que los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de Huancayo no están satisfechos con el servicio percibido, las expectativas de los colaboradores superan lo que los colaboradores perciben del servicio con una diferencia de 1.37. Según la investigación de Zeithaml, et al., (1993) cuando las expectativas superan a las percepciones, hay insatisfacción. Además, es importante resaltar que los encuestados le dan mayor importancia a la dimensión de empatía con un 25% respecto a las otras dimensiones, siendo la dimensión capacidad de respuesta la menos valorada con un 13.75%. Por lo tanto, la conclusión principal sostiene que hay diferencias en la percepción de la calidad de servicio según las variables género y edad y tiempo de servicio en los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.
2. De acuerdo con los resultados se encontraron que, los varones se encuentran más insatisfechos con el servicio percibido que las mujeres, con brechas de -1.88 y -1.29 respectivamente. De esto se establece que de las mujeres valoran el servicio con mayor puntuación. Por tanto, se concluye que existe diferencias sobre la percepción de la calidad de servicio valorado por el género de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno en el nivel inicial de la provincia de Huancayo. Asimismo, los varones suelen centrarse en la fiabilidad y capacidad de respuesta; mientras que las mujeres se enfocan en los elementos tangibles, la seguridad y la empatía.
3. De acuerdo con los resultados, los colaboradores valoran la calidad del servicio de diferente manera, se observa que los jóvenes entre 25 a 34 años dan una mayor puntuación a las expectativas y percepciones del servicio, de esta manera la brecha es de -0.49 que es relativamente pequeña. Por otra parte, los colaboradores en edad de 35 a 44 años son los más insatisfechos con una brecha de -2.58; asimismo, los colaboradores en edades de 50 a

más, tiene una brecha de -1.34. Observando que los jóvenes y adultos mayores dan mayor ponderación a la calidad de servicio. Por tanto, se concluye que existe diferencias sobre la percepción de la calidad de servicio valorado por la edad de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno en el nivel inicial de la provincia de Huancayo. Los resultados de la diferencia de la percepción de la calidad con respecto a la edad muestran que las personas entre 55 y 59 años se centran en los elementos tangibles. Las personas entre 50 y 54 años se enfocan en la fiabilidad. Por otra parte, el grupo cuya edad se ubica entre 40 y 44 años priorizan la capacidad de respuesta y la seguridad. Finalmente, el grupo de 45 a 49 años le ofrece mayor relevancia a la empatía.

4. De acuerdo con los resultados se observaron que los trabajadores con más de 10 años de tiempo de servicio valoran mejor el servicio percibido a diferencia de los trabajadores con pocos años de servicio. Es decir, las brechas son diferentes de acuerdo con la antigüedad del trabajador, no se puede establecer una tendencia con relación a la ponderación que nos pueda ayudar a tomar decisiones. Por tanto, se concluye que existe diferencias sobre la percepción de la calidad de servicio valorado por el tiempo de servicio de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno en el nivel inicial de la provincia de Huancayo. Los colaboradores con menos de un año les dan relevancia a los elementos tangibles. Los colaboradores con más de 10 años de labores le dan mayor importancia a la fiabilidad. Aquellos colaboradores que están entre 9 y 10 años establecen una mayor preferencia por la capacidad de respuesta. Los de 7 a 8 años se enfocan en la seguridad; mientras que los de 3 a 4 años prefieren la empatía.

Recomendaciones

1. Se recomienda a la I.E.P. que trabaje en la atención personalizada, manejar horarios adecuados, tener suficiente personal para que la atención sea óptima, conocer y entender las necesidades de los usuarios. Ya que ésta es la dimensión con mayor importancia al momento de escoger el servicio. Asimismo, se sugiere emplear los métodos de medición (SERVPERF) para obtener resultados periódicos de avance de la calidad, toda vez que es fundamental para garantizar la rentabilidad y el éxito de cualquier empresa.
2. En materia de las diferencias en las percepciones, la I.E.P. debe de entender que los colaboradores valoran de diferente manera el servicio prestado con respecto al género, aunque hay una tendencia que la mujer valora el servicio mejor que el varón. Es por ello por lo que la I.E.P. debe de implementar acciones que estimulen la percepción de las mujeres y varones a modo de incrementar sus niveles de percepción de la calidad de servicio. Estas acciones deben tomar en cuenta las diferencias entre gustos, valores, ideas y forma de pensar inherente para cada género. Asimismo, de acuerdo con la evaluación del SERVPERF resulta imprescindible enfocarse en las dimensiones de la calidad según el género de manera que se pueda atender las condiciones suficientes.
3. La diferencia en las percepciones de edades se justifica por razones en diferencias generacionales, es por ellos que se recomienda que la I.E.P. debe implementar mecanismos que enseñen a los más jóvenes respetar las costumbres de los mayores y valorarla. Y con respecto a estos últimos incentivarles hacia el uso de las tendencias e ideas actuales de percibir la calidad de servicio, ya sea mediante el uso de nuevas tecnologías, pensamientos dominantes en el mundo de hoy, entre otros. Junto a esto, se debe de elaborar estrategias para que los colaboradores más insatisfechos (de entre 35 y 44 años) mejoren sus niveles de percepción de la calidad de servicio. Según la edad de las personas, las preferencias por las características del servicio varían sustancialmente, de manera que es importante brindar

un servicio que cumple con los estándares del SERVPEF de manera que se pueda responder a sus necesidades.

4. Para el tiempo de servicio, la I.E.P. debe dar incentivos para que los trabajadores con mayores años de servicio se sigan sintiendo motivados y su percepción de la calidad de servicio sea la mejor posible. De igual manera para aquellos con pocos años de servicio, se debe de elaborar un modelo de crecimiento profesional y personal para que perciban que la calidad del servicio sea buena. De manera general la I.E.P. debe enfocarse en las cinco dimensiones de la calidad de servicio, y elaborar planes de gestión enfocados en cada una de ellas y realzar cada dimensión a fin de que se perciba una calidad de servicio excelente.

Finalmente se sugiere:

Que se siga investigando la calidad de servicio en la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de Huancayo, se puede realizar SERVQUAL a los clientes.

La investigación realizada analizo variables demográficas como: (a) género, (b) edad y (c) tiempo de servicio, se sugiere que puedan abarcar más variables como grado de estudios, área de trabajo, entre otros.

Que se analicen la variable género, edad y tiempo de servicio con cada una de las dimensiones para realizar evaluaciones más detalladas y considerar puntos de mejora.

Referencias

- ACNUR. (2019). *Política de edad, género y diversidad*. Obtenido de ACNUR: <https://www.acnur.org/5b6c55ae4.pdf>
- Albrecht, K. (1992). *Servicio al cliente interno: Cómo solucionar crisis de liderazgo en la gerencia intermedia*. España: Paidós Iberica.
- Alcaraz, A., & Martínez, Y. (2012). Calidad en el servicio. *Revista Panorama Administrativo*, 6(11), 57-60.
- Álvarez, T. (1995). *La Calidad de servicio para la conquista del cliente*. Salamanca.
- American Psychological Association. (2010). *Manual de Publicaciones de la American Psychological Association* (6 ed.). (M. G. Frías, Trad.) México, México: El Manual Moderno.
- Araiza, M., Zambrano, A., & Ramírez, J. F. (2016). Quality of services university: A perception from their actors in a business school. *Innovaciones de Negocios*, 13(25), 71-95.
- Arciniegas, J. A., & Mejías, A. A. (06 de 2017). Percepción de la calidad de los servicios prestados por la Universidad Militar Nueva Granada con base en la escala servqualing, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple. *Comuni@cción*, 8(1), 26-35.
- Armada, E. (2015). *La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes. percepción, análisis y evolución*. Murcia: Universidad de Murcia, Departamento de Actividad Física y Deporte.
- ASQ. (2016). *American Society for Quality*. Obtenido de Quality Glossary: <http://asq.org/glossary/q.html>
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Editorial Shalom.
- Beltrán, A., & Seinfeld, J. (2006). *Hacia una educación de calidad en el Perú: Heterogéneo impacto de la educación inicial sobre el rendimiento escolar*. Lima: Universidad del Pacífico, Centro de investigación de la Universidad del Pacífico.

- Benson, P. G., Saraph, J. V., & Schroeder, R. G. (1991). The effects of organisational context on quality management: an empirical investigation. *Management Science*, 37(9), 1107–1124.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Bethencourt, M., Díaz, F., González, M., & y Sánchez, J. (2005). La medición de la calidad de los servicios prestados por los destinos turísticos: el caso de la isla de La Palma. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3, 265-272.
- Castillón, C., & Cochachi, J. F. (2014). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la marisquería punta sal del distrito de El Tambo – Huancayo, periodo 2013*. Huancayo: Universidad Nacional Del Centro Del Perú, Facultad De Ciencias De La Administración.
- Cruz, I. R. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. *El buzón de Pacioli*, 8(82).
- Cueva, P. N. (2017). *Percepción de la calidad de servicio educativo según los estudiantes del 5to año de educación secundaria de las Instituciones Educativas Públicas y Privadas, Chosica, 2016*. Lima: Universidad César Vallejo, Escuela de Postgrado.
- Dávila, M. E., Coronado, J. Á., & Cerecer, B. M. (2010). Las dimensiones de la calidad del servicio en el proceso de distribución y comercialización de energía eléctrica. *Contaduría y Administración*, 57(3), 175-195.
- Deming, W. E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos.
- Deming, W. E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. U.S.A.: Ediciones Díaz de Santos.
- Donabedian, A. (1980). *La calidad de la atención*. New York. Obtenido de http://www.coordinadoraprofunds.org/docs/214/rosa_sunol.pdf.

- Druker, P. (1990). *El ejecutivo eficaz*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Duarte, J. L. (2015). *Calidad de servicio*. Economía de la Empresa. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15, 64-80.
- Duque, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales*, 64-80.
- Egusquiza, E. J. (2019). *Percepción de la calidad del servicio educativo de la I.E. Kumamoto, Ventanilla-2018*. Lima: Universidad César Vallejo, Escuela de Posgrado.
- Espinoza, C. (2010). *Metodología de la investigación tecnológica*. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Grönroos, C. (1989). Defining marketing: A market-oriented approach. *European Journal of Marketing*, 23(1), 52-60.
- Hanzelikova, A., López, F., & Fusté, R. (04 de 2017). Perfil socio-demográfico de los cuidadores de los pacientes geriátricos hospitalizados mayores de 75 años y su relación con la satisfacción. *Enfermería Global*(46), 375-388.
- Hernández, C., Llorens, S., & Rodríguez, A. (2016). *Empleados saludables y calidad de servicios en el sector sanitario*. Murcia: Publicaciones de la Universidad de Murcia.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill Education.
- Hoffman, D., & Bateson, J. (2002). *Fundamentos de marketing de servicios : conceptos, estrategias y casos* (Segunda ed.). México: Thomson.
- INEI. (2015). *Compendio estadístico provincia constitucional del Callao 2014*. Lima: INEI.

- Ishikawa, K. (1990). *¿Qué es control total de la calidad?* Bogotá: Editorial Norma.
- ISO. (2015). *Organización Internacional de Estandarización* . Obtenido de Gestión de calidad: WWW.ISO.ORG
- Juran, J. (1990). *Juran y la planificación para la calidad*. Ediciones Díaz de Santos.
- Larrea, P. (1999). *Calidad de servicio del marketing a la estrategia*. Madrid, España: Díaz de Santos S.A. .
- Lehtinen, U., & Lehtinen, J. (1991). Two approaches to service quality dimensions. *Service Industries Journal*, 11, 287-303.
- Lovelock, C. H. (1983). Classifying services to gain strategic marketing insights. *Journal of Marketing*, 47, 9-20.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta ed.). México: Person Educación.
- Medina, Á., & Iberico, J. (2011). Educación básica en el Perú. Situación actual y propuestas de política. *Moneda*, 21-24.
- Meza, J. (14 de 08 de 2017). Huancayo: padres de familia y escolares se sumaron a protesta de docentes. *El Comercio*, pág. 4.
- MINEDU. (20 de 08 de 2019). *Reglamento de las instituciones privadas de educación básica y educación técnico productiva*. Obtenido de Ministerio de Educación: <http://www.minedu.gob.pe/normatividad/reglamentos/RegInstEducPrivadas.php>
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la gestión de la calidad*. Madrid: Delta Publicaciones.
- Mora, C. E. (08 de 2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2), 146-162.
- Niño, V. M. (2011). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.

- Palacios, D. (2014). *Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Maestría en Administración.
- Parasuraman, A. P., Zeithmal, V. A., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A. P., Zeithmal, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of services quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pimentel, J. E. (2018). *Percepción de la calidad de servicio del Sistema de Transporte Colectivo (STC) Metro por parte de la población usuaria de Ciudad Universitaria*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ingeniería.
- RAE. (2019). *Real Academia de la Lengua Española*. Obtenido de RAE: <https://www.rae.es/>
- Rubín, G. (11 de 1986). El tráfico de mujeres. Notas para una “Economía Política” del sexo. *Nueva antropología*, 8, 102-105.
- Sánchez, H., & Reyes, C. (2009). *Metodología de la investigación y diseños en la investigación científica*. Lima: Perú: Visión Univesitaria.
- Sánchez, M., & Sánchez, M. C. (2017). Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad. 110-117.
- Suárez, R. (2015). *El nivel de calidad de servicio de un centro de idiomas aplicando el modelo Servqual caso: centro de idiomas de la Universidad Nacional Del Callao periodo 2011 - 2012*. Lima: Universidad Nacional Mayor De San Marcos, Facultad De Ciencias Administrativas, Unidad De Posgrado.
- UNICEF. (2017). *Perspectiva de género*. Argentina: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.
- Vara, A. A. (2015). *7 pasos para elaborar una tesis* . Lima: Marco EIRL.

- Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 47-53.
- Zárate, M., Luna, C., Negrón, J., & Correa, L. (2018). Nivel de satisfacción de los usuarios externos hospitalizados en un hospital nacional de policías. *18*(2), 43-50.
- Zeithaml, V. (1987). How consumer evaluation processes differ between goods and services. *Marketing of Services*, 186-189.
- Zeithaml, V. (07 de 1988). Consumer perceptions of price quality and value. *Journal of Marketing*, 52(3).
- Zeithaml, V., & Bitner, M. (2000). *Services marketing: integrating customer focus across the firm* (Second ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V., & Bitner, M. J. (2002). *Marketing de servicios*. México: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V., Parasuraman, Z., & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: The Free Press.
- Zeithaml, V., & Parasuraman, A. (2004). *Relevant knowledge series: Service Quality*. Cambridge: Marketing Science Institute.

Apéndice A. Matriz de Consistencia

TITULO: PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO SEGÚN LOS COLABORADORES EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA 254 OLIMPIA SÁNCHEZ MORENO DE NIVEL INICIAL, HUANCAYO

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Metodología	Muestra	Técnicas e instrumentos
<p>Problema General:</p> <p>¿Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según las variables demográficas de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según el género de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo? - ¿Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según la edad de los 	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar si existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según las variables demográficas de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar si existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según el género de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo. - Determinar si existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según la edad de los colaboradores de la 	<p>Hipótesis General:</p> <p>Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según las variables demográficas de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.</p> <p>Hipótesis Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - H1. Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según el género de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo. - H2. Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según la edad de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia 	<p>Variable:</p> <p>Calidad del servicio</p> <p>Variables intervinientes:</p> <p>Demográficas.</p>	<p>Enfoque de Investigación:</p> <p>Cuantitativa</p> <p>Tipo de Investigación:</p> <p>Aplicada</p> <p>Nivel de Investigación:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Método General:</p> <p>Científico</p> <p>Diseño:</p> <p>El diseño de la investigación es no experimental transversal.</p>	<p>Población:</p> <p>23 colaboradores de la I.E. 254 Olimpia Sánchez Moreno de la ciudad de Huancayo.</p> <p>Muestra:</p> <p>22 colaboradores de la I.E. 254 Olimpia Sánchez Moreno de la ciudad de Huancayo.</p>	<p>Técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encuesta <p>Instrumentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - SERVQUAL

<p>colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo?</p> <p>¿Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según el tiempo de servicio de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo?</p>	<p>I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.</p> <p>Determinar si existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según el tiempo de servicio de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.</p>	<p>Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.</p> <p>H3. Existe diferencias en la percepción de la calidad de servicio según tiempo de servicio de los colaboradores de la I.E.P. 254 Olimpia Sánchez Moreno de nivel inicial de la provincia de Huancayo.</p>				
---	--	--	--	--	--	--

Apéndice B. Instrumento de recolección de datos

INSTRUMENTO DE MEDICIÓN _ SERVQUAL



SERVICE QUALITY MODEL

SERVQUAL

Instrumento de Evaluación de la Calidad de Servicio

Objetivo:

La presente encuesta tiene como objetivo conocer las percepciones que, como clientes, tienen sobre la calidad de servicio brindado en la Institución Educativa.

Es anónima y voluntaria; sin embargo, requiere de algunos datos generales con fines estadísticos.

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

Importante:

No ponga su nombre ni firme la encuesta

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

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

Indicaciones

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

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

Expectativa

1	Mi institución educativa, cuenta con equipos de aspectos modernos	
---	---	--

2	Mi institución educativa, tiene instalaciones visualmente agradables.	
3	Mi institución educativa, cuenta con personal de apariencia impecable.	

Terminado de completar las indicaciones anteriores, califique en la columna (en blanco) denominada "Percepción". Por favor, indíquenos hasta qué punto piensa que la institución educativa POSEE o CUMPLE, realmente, con la afirmación planteada. Si está *fuertemente en desacuerdo* con que la institución educativa no posee o no cumple la afirmación leída, registre el número 1. Si está *fuertemente de acuerdo* con que la institución educativa si posee o cumple la afirmación leída, registre el número 7.

Expectativa Percepción

1	Mi institución educativa, cuenta con equipos de aspectos modernos		<input type="text"/>
2	Mi institución educativa, tiene instalaciones visualmente agradables.		<input type="text"/>
3	Mi institución educativa, cuenta con personal de apariencia impecable.		<input type="text"/>

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

Puntaje

A	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación que se utiliza.	<input type="text"/>
B	Habilidad para realizar el servicio prometido de forma segura y precisa	<input type="text"/>

Puede iniciar con la encuesta.

SERVICE QUALITY MODEL

Expectativa Percepción

1	Mi institución educativa, cuenta con equipos de aspectos modernos		
2	Mi institución educativa, tiene instalaciones visualmente agradables.		
3	Mi institución educativa, cuenta con personal de apariencia impecable.		
4	Mi institución educativa, cuenta con folletos, afiches, comprobantes, y formularios de diseño agradable.		
5	Mi institución educativa, cumple con lo que promete.		
6	En mi institución educativa, el personal muestra sincero interés en resolver los problemas del cliente.		
7	Mi institución educativa, realiza las cosas bien en la primera oportunidad.		
8	Mi institución educativa, entrega los servicios a los clientes en el momento en que lo prometieron.		
9	Mi institución educativa, insiste en llevar sus registros y documentos libre de errores.		
10	En mi institución educativa, el personal informa con precisión a los cliente de cuando concluirá cada servicio.		
11	En mi institución educativa, el personal siempre brinda una atención puntual a los clientes.		
12	En mi institución educativa, el personal siempre se muestra deseoso de ayudar a los clientes.		
13	En mi institución educativa, el personal siempre tiene tiempo disponible para atender las consultas de los clientes.		
14	En mi institución educativa, el comportamiento del personal infunde confianza en los clientes.		
15	En mi institución educativa, los clientes se sienten seguros en sus transacciones con la empresa.		
16	En mi institución educativa, el personal es cortés (amable) en la atención a los clientes.		

17	En mi institución educativa, el personal tiene el conocimiento necesario para atender las consultas de los clientes.		
18	Mi institución educativa, brinda a los clientes atención personalizada.		
19	Mi institución educativa, tiene un horario conveniente en sus servicios para atender a todos sus clientes.		
20	Mi institución educativa, cuenta con suficiente personal para brindar una atención personalizada a todos los clientes.		
21	Mi institución educativa, tiene como prioridad los intereses de los clientes.		
22	Mi institución educativa, entiende las necesidades específicas de los clientes cuando les ofrece algún servicio.		

Puntaje

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

Género: Mas Fem Edad: _____

Grado Académico: Sin Téc Bach Mag Doc

Tiempo de servicio en la institución: _____

Ocupación: Docente Servicio Administrativo

Apéndice C. Validación de Instrumentos

Ficha de Validación de Instrumento 1



FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que este estudiante, en la asignatura Seminario Tesis I, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Seminario Tesis II apruebe su proyecto, se autoriza la asistencia respectiva, para lo cual este estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

Percepción de la Calidad de Servicio según los Colaboradores en la Institución Educativa Pública 257 Olimpo Sánchez Moreno de Nivel Inicial, Huancayo.

Instrucciones: Marque con una 'X' según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

FARR: Congruencia y claridad del instrumento 5 = Excelente 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente	FARR: Tendenciosidad (proporción tasa determinadas ítems) 5 = Excelente 4 = Buena 3 = Regular 2 = Suficiente 1 = Pobre
---	--

Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica					X					X					X
2. La secuencia de presentación de los ítems es lógica					X					X					X
3. El grado de completitud de los ítems es aceptable					X					X					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles					X					X					X
5. Las reactivos reflejan el problema de investigación					X					X					X
6. El instrumento aborda en su totalidad el problema de investigación					X					X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos					X					X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación					X					X					X
9. El instrumento aborda los variables e indicadores					X					X					X
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis					X					X					X
Sumatoria Parcial					50					50					50
Sumatoria Total					20					20					20

Observaciones:

Nombre y Apellido del Experto: *Diana P. Cepeda Trujillo* Especialidad: *Teoría de la Educación*

Cel: *991424444*

Nro. Celular: *93760162*

Firma: *[Firma manuscrita]*



ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el
cuestionario:.....


Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	✓	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	✓	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	✓	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	✓	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	✓	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	✓	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	✓	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	✓	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	✓	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	✓	

Nombres y Apellidos del Experto: *Diana P. Chipana Ego*

Teléfono: *937601612*

DNI: *409748411*

Firma: *[Firma manuscrita]*

 **Diana Paola Chipana Gog.**
Jefe de la Oficina de
Calidad y Procesos
Universidad Continental

Ficha de Validación de Instrumento 2



FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que el/a estudiante, en la asignatura Seminario Tesis I, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Seminario Tesis II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/a estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIOS SEGUN LOS COLABORADORES EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA 257 OLIMPIA SANCHEZ MORENO DE NIVEL INICIAL / HUANCAYO

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

Criterios de Evaluación	PARA: Congruencia y claridad del instrumento					PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)									
	5 = Óptimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente					5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte									
	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X					X
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.					X					X					X
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X					X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X					X
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					X					X					X
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.					X					X					X
Sumatoria Parcial					50					50					50
Sumatoria Total					20					20					20

Observaciones:

Nombre y Apellidos del Experto: Rafael Mieres Valera Morales Especialidad: Ing. Sistemas e Informática

DNI: 9.563.838*

Nro. Celular: 933303260

Firma:

Asistente de Calidad y Procesos

ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el

cuestionario:.....

.....

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	✓	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	✓	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	✓	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	✓	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	✓	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	✓	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	✓	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	✓	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	✓	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	✓	

Nombres y Apellidos del Experto: *Rafael Moreno Velazco Mallana*

Teléfono: *933303260*

DNI: *45628789*

Firma: *[Firma]* *Analista de Calidad y Procesos*

Ficha de Validación de Instrumento 3



FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que dicho estudiante, en la asignatura Seminario Tesis I, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Seminario Tesis II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual este estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

PERCEPCION DE LA CALIDAD DE SERVICIOS SEGUN LOS COLABORADO DE LA INSTITUCION EDUCATIVA PUBLICA 254 OLIMPIA SANCHEZ MORENO A NIVEL INICIAL, HUANCABYO

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento 5 = Óptimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines) 5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte
--	--

Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X					X
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.					X					X					X
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X					X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X					X
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					X					X					X
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.					X					X					X
Sumatoria Parcial					50					50					50
Sumatoria Total					50					50					50

Observaciones:

Nombres y Apellidos del Experto: *Nirardo Santillán Zapata* Especialidad: *Administración*
 DNI: *4228306* Nro. Celular: *990477441*
 Firma: *[Firma manuscrita]*

ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el cuestionario:.....

.....

.....

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	✓	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	✓	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	✓	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	✓	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	✓	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	✓	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	✓	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	✓	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	✓	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	✓	

Nombres y Apellidos del Experto: *Nivaldo Santillán Zapata*

Teléfono: *90477740*

DNI: *4772405*

Firma: 

Apéndice D. Matriz de Correlaciones de la Expectativa

Matriz de Correlaciones

	ET1_E	ET2_E	ET3_E	ET4_E	F5_E	F6_E	F7_E	F8_E	F9_E	CR10_E	CR11_E	CR12_E	CR13_E	S14_E	S15_E	S16_E	S17_E	E18_E	E19_E	E20_E	E21_E	E22_E
ET1_E	1.000	.838	.482	.336	.372	.171	.401	.145	.298	.174	.367	.111	-.043	.190	.157	.103	.133	.244	.038	.109	.131	.207
ET2_E	.838	1.000	.498	.413	.386	.130	.269	.112	.337	.244	.236	.171	.080	.099	.086	.116	.096	.179	.117	.123	.147	.233
ET3_E	.482	.498	1.000	.520	.831	.367	.740	.585	.362	.222	.310	.055	.403	.635	.510	.474	.609	.424	.356	.673	-.061	.344
ET4_E	.336	.413	.520	1.000	.744	.479	.563	.500	.535	.571	.316	.525	.575	.533	.563	.647	.628	.561	.445	.697	.476	.627
F5_E	.372	.386	.831	.744	1.000	.391	.665	.575	.514	.412	.342	.374	.462	.729	.553	.630	.778	.531	.544	.810	.180	.454
F6_E	.171	.130	.367	.479	.391	1.000	.607	.369	.144	.010	-.164	.225	.664	.539	.393	.507	.395	.525	.263	.569	.042	.191
F7_E	.401	.269	.740	.563	.665	.607	1.000	.408	.260	.295	.132	.273	.428	.571	.537	.580	.600	.424	.291	.693	.132	.519
F8_E	.145	.112	.585	.500	.575	.369	.408	1.000	.225	.209	.303	.046	.460	.589	.667	.362	.768	.433	.369	.462	.053	.182
F9_E	.298	.337	.362	.535	.514	.144	.260	.225	1.000	.719	.358	.545	.175	.472	.332	.442	.399	.545	.389	.379	.566	.681
CR10_E	.174	.244	.222	.571	.412	.010	.295	.209	.719	1.000	.125	.354	-.020	.144	.374	.263	.330	.341	.338	.314	.583	.644
CR11_E	.367	.236	.310	.316	.342	-.164	.132	.303	.358	.125	1.000	.438	.262	.394	.431	.272	.348	.173	.157	.143	.207	.406
CR12_E	.111	.171	.055	.525	.374	.225	.273	.046	.545	.354	.438	1.000	.467	.494	.350	.645	.477	.254	.276	.401	.585	.701
CR13_E	-.043	.080	.403	.575	.462	.664	.428	.460	.175	-.020	.262	.467	1.000	.652	.500	.665	.558	.545	.557	.645	.123	.339
S14_E	.190	.099	.635	.533	.729	.539	.571	.589	.472	.144	.394	.494	.652	1.000	.636	.780	.818	.566	.421	.843	.207	.522
S15_E	.157	.086	.510	.563	.553	.393	.537	.667	.332	.374	.431	.350	.500	.636	1.000	.513	.691	.531	.291	.640	.356	.597
S16_E	.103	.116	.474	.647	.630	.507	.580	.362	.442	.263	.272	.645	.665	.780	.513	1.000	.771	.465	.365	.729	.532	.640
S17_E	.133	.096	.609	.628	.778	.395	.600	.768	.399	.330	.348	.477	.558	.818	.691	.771	1.000	.430	.475	.731	.348	.471
E18_E	.244	.179	.424	.561	.531	.525	.424	.433	.545	.341	.173	.254	.545	.566	.531	.465	.430	1.000	.738	.593	.277	.491
E19_E	.038	.117	.356	.445	.544	.263	.291	.369	.389	.338	.157	.276	.557	.421	.291	.365	.475	.738	1.000	.501	.097	.254
E20_E	.109	.123	.673	.697	.810	.569	.693	.462	.379	.314	.143	.401	.645	.843	.640	.729	.731	.593	.501	1.000	.195	.576
E21_E	.131	.147	-.061	.476	.180	.042	.132	.053	.566	.583	.207	.585	.123	.207	.356	.532	.348	.277	.097	.195	1.000	.632
E22_E	.207	.233	.344	.627	.454	.191	.519	.182	.681	.644	.406	.701	.339	.522	.597	.640	.471	.491	.254	.576	.632	1.000

a. Determinante = .000

b. Esta matriz no es cierta positiva.

Apéndice E. Matriz de Correlaciones de la Percepción

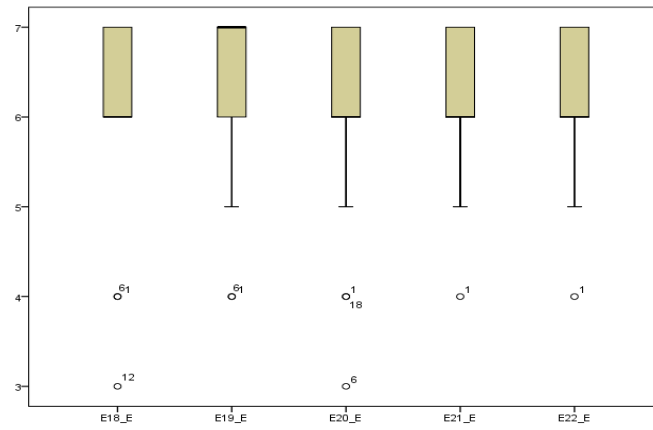
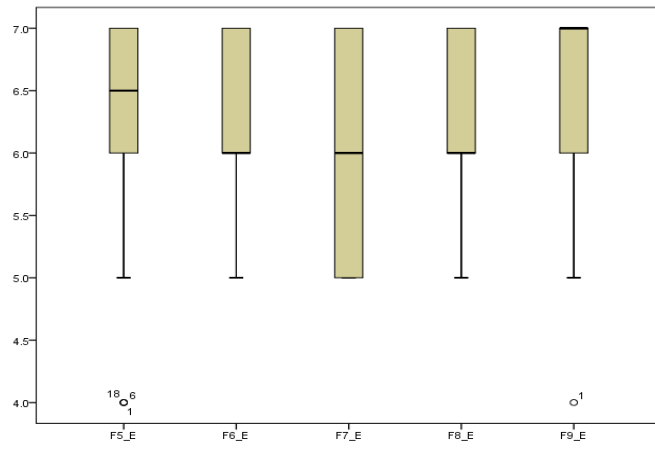
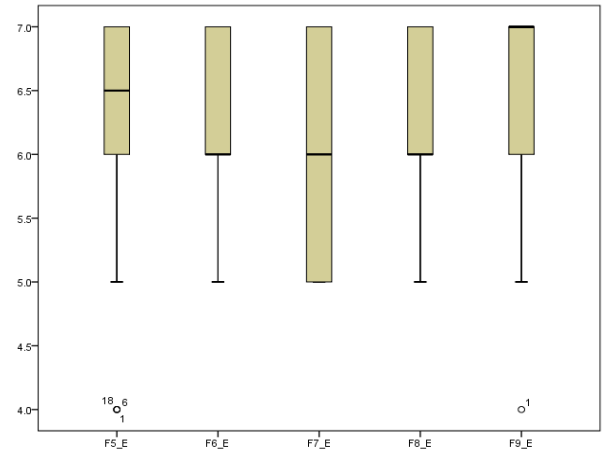
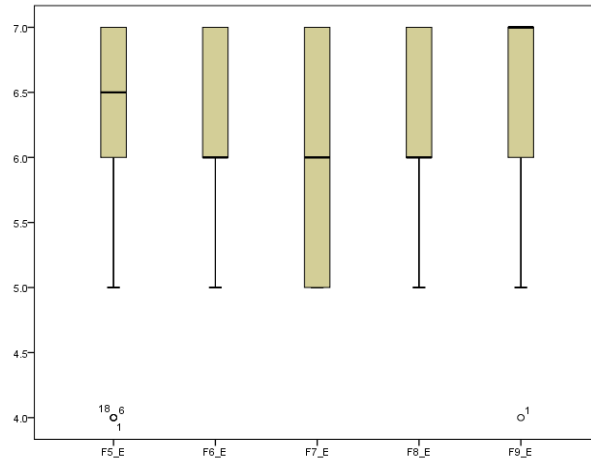
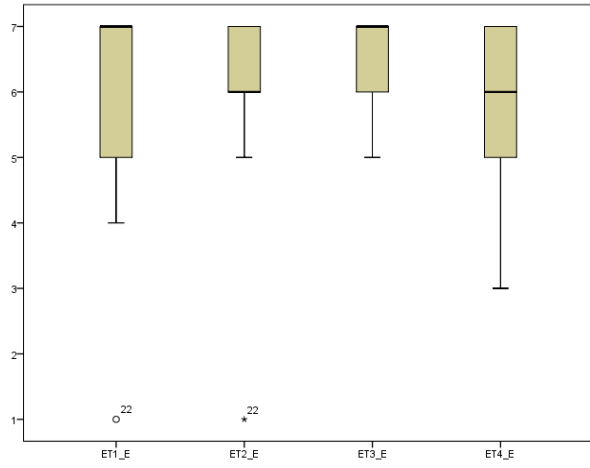
Matriz de Correlaciones

	ET1_P	ET2_P	ET3_P	ET4_P	F5_P	F6_P	F7_P	F8_P	F9_P	CR10_P	CR11_P	CR12_P	CR13_P	S14_P	S15_P	S16_P	S17_P	E18_P	E19_P	E20_P	E21_P	E22_P
ET1_P	1.000	.748	.498	.590	.531	.374	.378	.544	.426	.334	.270	.292	.139	.286	.324	.389	.275	.429	.224	.544	.374	.533
ET2_P	.748	1.000	.611	.356	.448	.311	.194	.434	.563	.460	.484	.361	.286	.342	.376	.467	.418	.476	.335	.350	.447	.494
ET3_P	.498	.611	1.000	.333	.529	.529	.567	.531	.474	.361	.339	.392	.498	.350	.474	.594	.547	.469	.451	.519	.439	.580
ET4_P	.590	.356	.333	1.000	.450	.385	.512	.427	.397	.335	.221	.446	.228	.212	.387	.416	.239	.322	.208	.462	.322	.522
F5_P	.531	.448	.529	.450	1.000	.840	.737	.896	.594	.693	.533	.626	.564	.697	.646	.725	.537	.581	.513	.704	.746	.746
F6_P	.374	.311	.529	.385	.840	1.000	.862	.883	.667	.752	.577	.744	.741	.867	.742	.833	.697	.755	.722	.666	.782	.741
F7_P	.378	.194	.567	.512	.737	.862	1.000	.810	.563	.609	.438	.689	.653	.692	.720	.800	.683	.660	.606	.779	.706	.850
F8_P	.544	.434	.531	.427	.896	.883	.810	1.000	.656	.694	.602	.666	.647	.767	.751	.771	.665	.683	.610	.733	.834	.803
F9_P	.426	.563	.474	.397	.594	.667	.563	.656	1.000	.877	.748	.731	.553	.753	.738	.755	.706	.788	.666	.566	.777	.662
CR10_P	.334	.460	.361	.335	.693	.752	.609	.694	.877	1.000	.709	.665	.467	.818	.722	.726	.639	.751	.707	.604	.716	.607
CR11_P	.270	.484	.339	.221	.533	.577	.438	.602	.748	.709	1.000	.792	.733	.770	.866	.764	.692	.773	.736	.449	.663	.636
CR12_P	.292	.361	.392	.446	.626	.744	.689	.666	.731	.665	.792	1.000	.859	.805	.766	.915	.771	.837	.682	.426	.700	.809
CR13_P	.139	.286	.498	.228	.564	.741	.653	.647	.553	.467	.733	.859	1.000	.708	.779	.856	.800	.755	.725	.366	.667	.714
S14_P	.286	.342	.350	.212	.697	.867	.692	.767	.753	.818	.770	.805	.708	1.000	.780	.836	.676	.816	.734	.528	.819	.709
S15_P	.324	.376	.474	.387	.646	.742	.720	.751	.738	.722	.866	.766	.779	.780	1.000	.844	.829	.814	.819	.669	.797	.789
S16_P	.389	.467	.594	.416	.725	.833	.800	.771	.755	.726	.764	.915	.856	.836	.844	1.000	.883	.870	.734	.556	.814	.894
S17_P	.275	.418	.547	.239	.537	.697	.683	.665	.706	.639	.692	.771	.800	.676	.829	.883	1.000	.831	.745	.484	.762	.783
E18_P	.429	.476	.469	.322	.581	.755	.660	.683	.788	.751	.773	.837	.755	.816	.814	.870	.831	1.000	.903	.541	.683	.743
E19_P	.224	.335	.451	.208	.513	.722	.606	.610	.666	.707	.736	.682	.725	.734	.819	.734	.745	.903	1.000	.503	.569	.560
E20_P	.544	.350	.519	.462	.704	.666	.779	.733	.566	.604	.449	.426	.366	.528	.669	.556	.484	.541	.503	1.000	.562	.706
E21_P	.374	.447	.439	.322	.746	.782	.706	.834	.777	.716	.663	.700	.667	.819	.797	.814	.762	.683	.569	.562	1.000	.822
E22_P	.533	.494	.580	.522	.746	.741	.850	.803	.662	.607	.636	.809	.714	.709	.789	.894	.783	.743	.560	.706	.822	1.000

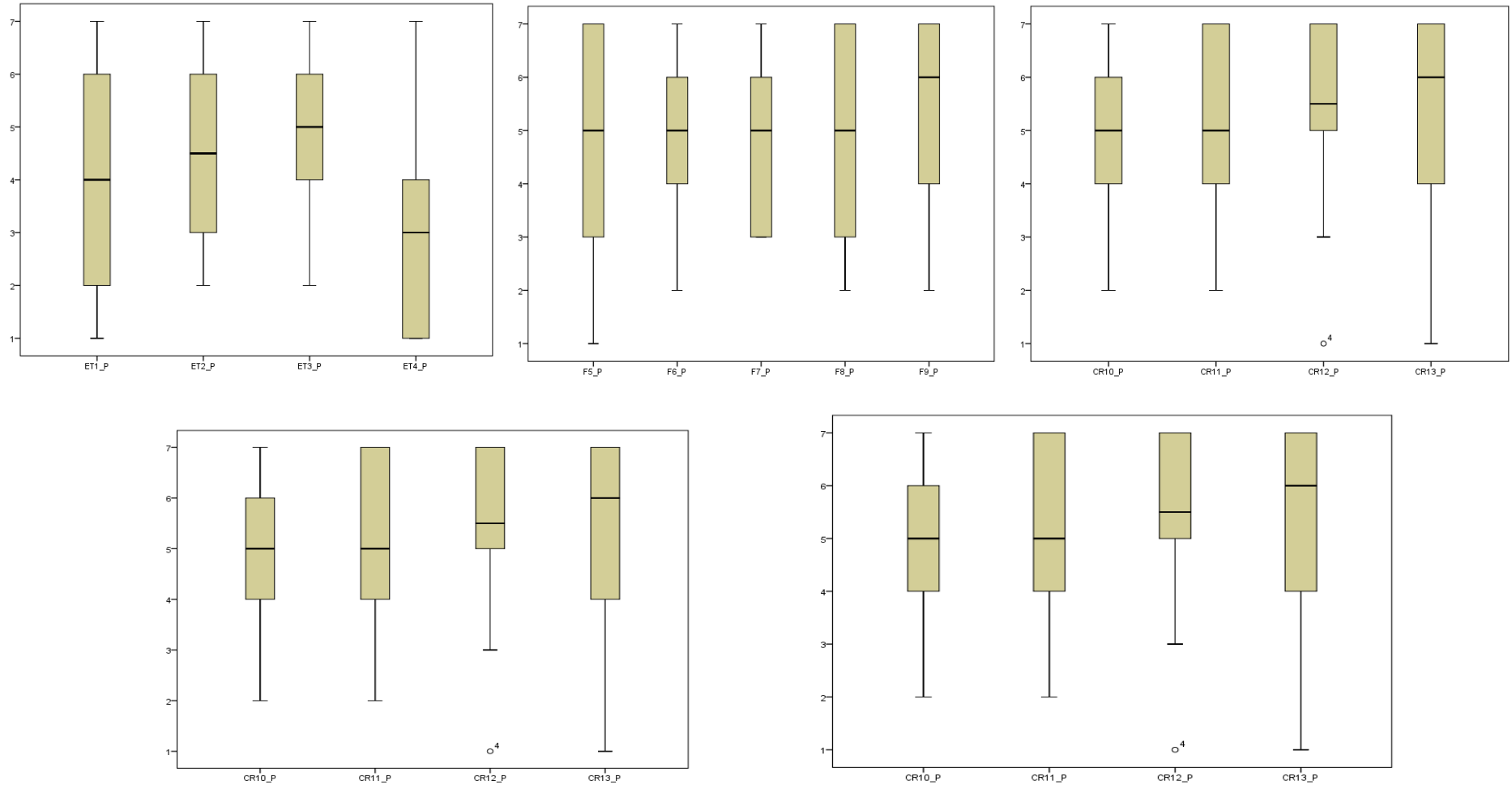
a. Determinante = .000

b. Esta matriz no es cierta positiva.

Apéndice F. Diagrama de Cajas y Bigotes de la Expectativa de Servicio



Apéndice G. Diagrama de Cajas y Bigotes de la Percepción de Servicio



Apéndice H. Fotos

Foto 1. Aplicación del instrumento a una docente de la Institución Educativa Pública 254



Foto 2. Aplicación del instrumento a un colaborador de la Institución Educativa Pública 254



Foto 3. Aplicación del instrumento por una docente de la Institución Educativa Pública
254



Foto 4. Aplicación del instrumento a una docente de la Institución Educativa Pública
254

