

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**  
**Escuela Profesional de Administración y Sistemas**



**TESIS**

**Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios en la Unidad de  
Gestión Educativa Local N° 12 - Canta, 2021**

**Para Optar** : El Título Profesional de Licenciada en Administración

**Autor(es)** : Bach. CHAUCA LLIMPE KELIA  
Bach. ROQUE LLACSA TANIA ISABEL

**Asesor** : Mg. Santillan Enciso Ciro Liberto

**Línea de Investigación  
Institucional** : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

**Fecha de Inicio y  
Culminación** : 08.10.2022 - 07.10.2023

Huancayo – Perú

2023

HOJA DE APROBACIÓN DE LOS JURADOS

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**

**TESIS**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS**  
**EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL N° 12 -**  
**CANTA, 2021**

**PRESENTADA POR:**

Bach. Chauca Llimpe Kelia

Bach. Roque Llacsá Tania Isabel

**PARA OPTAR TÍTULO DE:**

Licenciada en Administración

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y SISTEMAS**

Aprobado por los siguientes jurados:

DECANO : \_\_\_\_\_  
DR. VÁSQUEZ VÁSQUEZ WILBER GONZALO

PRIMER MIEMBRO : \_\_\_\_\_  
DR. AGUADO RIVEROS ULDARICO INOCENCIO

SEGUNDO MIEMBRO : \_\_\_\_\_  
MG. VERASTEGUI VELASQUEZ GRACIELA SOLEDAD

TERCER MIEMBRO : \_\_\_\_\_  
MG. GUTARRA ELIAS ROCIO MIRELLA

Huancayo, ..... de ..... 2023

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE LOS  
USUARIOS EN LA UNIDAD DE GESTIÓN EDUCATIVA  
LOCAL N° 12 - CANTA, 2021**

**ASESOR**

**MG. SANTILLAN ENCISO CIRO LIBERTO**

### **DEDICATORIA**

Queremos dedicar esta tesis a Dios, ya que gracias a él hemos logrado concluir nuestra carrera, y a nuestros padres por habernos forjado como las personas que somos hoy en la actualidad, por todo su apoyo incondicional, por no dejarnos rendir a pesar de las adversidades que se presentaban en el camino. Gracias queridos padres que este logro son de ustedes.

(Tania) A mis hijos Anyelí y Juan de Dios, por ser mi fuerza y razón que me empujaba a cumplir con uno más de mis anhelos.

**Kelia y Tania**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios, por darnos la sabiduría y brindarnos la oportunidad de poder estar hoy aquí compartiendo este proyecto de investigación.

Agradecemos también a nuestros queridos padres por toda la paciencia y apoyo incondicional, por sabernos guiar en cada paso que dábamos, por su sabia ayuda en nuestra formación profesional con valores, ética y sobre todo con mucha humildad que es el pilar del éxito.

(Tania) A mis hijos por su comprensión y entender que hay sacrificios para lograr nuestros objetivos.

**Kelia y Tania**

## CONSTANCIA DE SIMILITUD

N ° 0092 - FCAC -2024

La Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones, hace constar mediante la presente, que la **Tesis**, Titulada:

**Calidad de Servicio y Satisfacción de los Usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 - Canta, 2021**

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : **BACH. CHAUCA LLIMPE KELIA  
BACH. ROQUE LLACSA TANIA ISABEL**

Facultad : **CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Escuela Académica : **ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS**

Asesor(a) : **MG. SANTILLAN ENCISO CIRO LIBERTO**

Fue analizado con fecha **21/02/2024**; con **156 págs.**; en el software de prevención de plagio (Turnitin); y con la siguiente configuración:

**Excluye Bibliografía.**

**Excluye citas.**

**Excluye Cadenas hasta 20 palabras.**

Otro criterio (especificar)

El documento presenta un porcentaje de similitud de **20 %**.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N° 15 del Reglamento de uso de Software de Prevención Version 2.0. Se declara, que el trabajo de investigación: **Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.**

Observaciones:

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.

Huancayo, 21 de febrero de 2024.



**DR. HILARIO ROMERO GIRON**  
JEFE (e)

Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

## INTRODUCCIÓN

La calidad de servicio constituye una pieza fundamental para la satisfacción de los usuarios en todas las organizaciones a nivel mundial, no ajena a ella también la educación.

La administración de la educación está regida por los ministerios de educación de cada país, así como sus respectivas extensiones de administración. En el Perú, la educación es administrada por el (MINEDU) Ministerio de Educación, quien a su vez a descentralizado la parte administrativa a las distintas Direcciones Regionales de Educación (DRE) localizadas en los todos los departamentos del país, así mismo, han distribuido los diferentes procedimientos y trámites documentarios a la (UGEL) Unidad de Gestión Educativa Local, quienes revisan las normas educativas técnicas, administran y monitorean a los centros educativos dentro de su jurisdicción, evalúan los registros para el otorgamiento de certificados, denuncias de profesores por malos comportamientos, contrataciones del personal docente de cada institución educativa, distribución de talonarios de boletas de pago, entre otras actividades.

Muchos de los trámites como expedición de resoluciones, informe escalafonario, certificados de estudios, oficio de respuesta entre otros, son realizados por los usuarios padres de familia, docentes y directores de escuela de los centros educativos pertenecientes a la educación básica, regular y técnica de los distritos de la UGEL N° 12 quienes reciben el servicio por los trámites mencionados, donde existen disconformidad de parte de los usuarios.

El presente estudio tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 - Canta, 2021.

Para ello se utilizó el método general de investigación científico, así como el método deductivo. Fue una investigación tipo básica, de nivel correlacional y de diseño no experimental de corte transaccional, descriptiva y relacional, se usó la encuesta como técnica de recopilación de datos y el cuestionario como instrumento. La población y muestra fue constituida por usuarios

de la Unidad de Gestión Educativa Local N°12, provincia de Canta en el distrito de Canta. Se empleo como técnica de procesamiento y análisis de datos a la estadística descriptiva y la estadística inferencial mediante el SPSS V26.

La presente investigación está estructurado de la siguiente manera:

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, en este capítulo se desarrolla la descripción de la realidad problemática, la delimitación del problema, formulación del problema (problema general y problemas específicos), así como la justificación (social, teórica y metodológica), y los objetivos (objetivo general y objetivos específicos).

II. MARCO TEÓRICO, se describe los antecedentes de la investigación (nacionales e internacionales), las bases teóricas o científicas y el marco conceptual (de las variables y dimensiones).

III. HIPOTESIS, se formula la hipótesis general, hipótesis específicas y se desarrolla la definición conceptual y la operacionalización de las variables.

IV. METODOLOGÍA, se describe el método de investigación, tipo, nivel y diseño de investigación, también se establece la población y se determina la muestra. De igual modo se señala las técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como las técnicas de procesamiento y análisis de datos empleados y se menciona los aspectos éticos de la investigación.

V. RESULTADOS, se muestran los resultados obtenidos en tablas y figuras con sus respectivas interpretaciones.

También se presenta el ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS, CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES, REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS y los ANEXOS.

## CONTENIDO

<b>HOJA DE APROBACIÓN DE LOS JURADOS .....</b>	<b>II</b>
<b>ASESOR.....</b>	<b>IV</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>V</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>VI</b>
<b>CONTENIDO.....</b>	<b>X</b>
<b>CONTENIDO FIGURAS.....</b>	<b>XVI</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>XIX</b>
<b>I. CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>21</b>
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	21
1.2 Delimitación del Problema .....	25
1.2.1 Delimitación Espacial .....	25
1.2.2 Delimitación Temporal.....	25
1.2.3 Delimitación Conceptual o Temática. ....	25
1.3 Formulación Del Problema.....	25
1.3.1 Problema General .....	25
1.3.2 Problemas Específicos.....	25
1.4 Justificación .....	26
1.4.1 Social .....	26
1.4.2 Teórica.....	26
1.4.3 Metodológica.....	26
1.5 Objetivos 26	
1.5.1 Objetivo General .....	26
1.5.2 Objetivos Específicos .....	26
<b>II. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>27</b>
2.1 Antecedentes.....	27
2.1.1 Antecedentes Nacionales.....	27
2.1.2 Antecedentes Internacionales .....	32
2.2 Bases Teóricas o Científicas .....	37
2.2.1 V1 - Calidad de servicio .....	39
2.2.2 V2 Satisfacción de los usuarios .....	45
2.3 Marco conceptual (variables y dimensiones).....	49

<b>III. CAPÍTULO III: HIPÓTESIS .....</b>	<b>53</b>
3.1 Hipótesis General.....	53
3.2 Hipótesis Especificas .....	53
3.3 Variables (Definición Conceptual Y Operacional).....	53
<b>IV. CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.....</b>	<b>55</b>
4.1 Método de Investigación.....	55
4.1.1 Método general de investigación .....	55
4.2 Tipo de Investigación.....	55
4.3 Nivel de investigación o alcance .....	56
4.4 Diseño de la Investigación.....	56
4.5 Población Y Muestra – .....	57
4.5.1 Población.....	57
4.5.2 Muestra.....	58
4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	59
4.6.1 Técnicas de recolección de datos.....	59
4.6.2 Instrumentos de recolección de datos .....	59
4.6.3 Confiabilidad y validez del instrumento.....	59
4.7 Técnicas De Procesamiento Y Análisis De Datos .....	59
4.7.1 Estadística Descriptiva .....	59
4.7.2 Estadística inferencial.....	60
4.8 Aspectos éticos de la investigación .....	60
<b>V. CAPÍTULO V: RESULTADOS.....</b>	<b>61</b>
5.1 Descripción de resultados .....	61
5.1.1 Estadística descriptiva .....	61
5.2 Análisis inferencial .....	109
5.2.1 Contrastación de hipótesis .....	109
5.2.2 Prueba de Hipótesis General:.....	110
5.2.3 Prueba de Hipótesis Específica 1:.....	112
<b>ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>117</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>121</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>122</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>123</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>127</b>

## CONTENIDO TABLAS

<b>Tabla 1</b> .....	58
Tabla 2 Pregunta 1 ¿Los servicios que brinda la institución a los usuarios es de calidad manteniéndolos satisfechos?.....	61
Tabla 3 Pregunta 2 ¿El servicio que brinda a los usuarios contiene algún valor agregado? .....	62
Tabla 4 Pregunta 3 ¿El servicio brindado por la UGEL N°12 lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad? .....	63
Tabla 5 Pregunta 4 ¿Los procesos del área administrativa respecto a los tramites documentarios son claros y precisos?.....	65
Tabla 6 Pregunta 5 ¿Considera usted realizan mejoras en el proceso de trabajo para aumentar el rendimiento de los empleados de la institución? .....	66
Tabla 7 Pregunta 6 ¿En el desarrollo de un trabajo u objetivo a alcanzar por parte de los trabajadores buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia? .....	67
Tabla 8 Pregunta 7 ¿Considera usted el jefe inmediato superior de la institución motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos de la institución? .....	69
Tabla 9 Pregunta 8 ¿Considera usted que los jefes superiores son comunicativos?.....	70
Tabla 10 Pregunta 9 ¿Considera usted que la UGEL N°12 lleva un registro de la cantidad de atenciones que realizan a los usuarios?.....	71
Tabla 11 Pregunta 10 ¿Considera usted que UGEL N°12 es considerada la mejor institución gubernamental de la provincia de Canta? .....	72
Tabla 12 Pregunta 11 ¿Considera usted que las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos?.....	73
Tabla 13 Pregunta 12 ¿Considera usted que los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros? .....	74

Tabla 14 Pregunta 13 ¿Considera usted que la UGEL N° 12 cuentan con los recursos necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente?.....	76
Tabla 15 Pregunta 14 ¿Considera usted que en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes?.....	77
Tabla 16 Pregunta 15 ¿Considera usted que la UGEL N°12 recibes constantes quejas de los usuarios? .....	79
Tabla 17 Pregunta 16 ¿Considera usted que los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios? .....	80
Tabla 18 Pregunta 17 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario? .....	81
Tabla 19 Pregunta 18 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 ayudan al usuario en el llenado de algún formato para que presente a la institución? .....	83
Tabla 20 Pregunta 19 ¿Considera usted que el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12? .....	84
Tabla 21 Pregunta 20 ¿Considera usted que los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos? .....	85
Tabla 22 Pregunta 21 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite? .....	87
Tabla 23 Pregunta 22 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación?.....	88
Tabla 24 Pregunta 23 ¿Considera usted que cuando recibe una negativa de atención el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias?.....	89
Tabla 25 Pregunta 24 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables?.....	91

Tabla 26 Pregunta 25 ¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad? .....	92
Tabla 27 Pregunta 26 ¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado satisface las necesidades de los usuarios?.....	94
Tabla 28 Pregunta 27 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados?.....	95
Tabla 29 Pregunta 28 ¿Considera usted que los usuarios quedan satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos por la institución?.....	97
Tabla 30 Pregunta 29 ¿Considera usted que las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios son favorables?.....	98
Tabla 31 Pregunta 30 ¿Considera usted que las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toman para que mejore los servicios que brinda a los usuarios? .....	100
Tabla 32 Pregunta 31 ¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos? .....	101
Tabla 33 Pregunta 32 ¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van descontentos?.....	103
Tabla 34 Pregunta 33 ¿Considera usted que los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas?.....	104
Tabla 35 Pregunta 34 ¿Considera usted que los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir?.....	105
Tabla 36 Pregunta 35 ¿Considera usted que la atención brindada es competente y eficaz? .....	107
Tabla 37 Pregunta 36 ¿Los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas? .....	108
Tabla 38 Prueba de normalidad .....	109
Tabla 39 V1 Calidad de servicio * V2 Satisfacción de los usuarios .....	111
Tabla 40 Medidas simétricas V1 Calidad de servicio y V2 Satisfacción de los usuarios .....	111
Tabla 41 Tabla cruzada V1 Calidad de servicio *D4 Sentimientos .....	112

Tabla 42 Medidas simétricas V1Calidad de servicio y D4 sentimientos.....	113
Tabla 43 Tabla cruzada V1 Calidad de servicio * D5 Desempeño percibido .....	114
Tabla 44 Medidas simétricas V1Calidad de servicio y D5 Desempeño percibido.....	115
Tabla 45 Tabla cruzada V1 Calidad de servicio * D6 Expectativas.....	116
Tabla 46 Medidas simétricas V1Calidad de servicio y D6 Expectativas .....	116
Tabla 47 Estadística de fiabilidad de la variable 1: Calidad de servicio. ....	137
Tabla 48 Estadística de fiabilidad de la variable 2: Satisfacción de los usuarios.....	137

## CONTENIDO FIGURAS

Figura 1 Organigrama de la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 - Canta.....	24
Figura 2 Pregunta 1 ¿Los servicios que brinda la institución a los usuarios es de calidad manteniéndolos satisfechos?.....	61
Figura 3 Pregunta 2 ¿El servicio que brinda a los usuarios contiene algún valor agregado?.....	62
Figura 4 Pregunta 3 ¿El servicio brindado por la UGEL N°12 lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad?.....	64
Figura 5 Pregunta 4 ¿Los procesos del área administrativa respecto a los tramites documentarios son claros y precisos?.....	65
Figura 6 Pregunta 5 ¿Considera usted realizan mejoras en el proceso de trabajo para aumentar el rendimiento de los empleados de la institución? .....	66
Figura 7 Pregunta 6 ¿En el desarrollo de un trabajo u objetivo a alcanzar por parte de los trabajadores buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia? .....	67
Figura 8 Pregunta 7 ¿Considera usted el jefe inmediato superior de la institución motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos de la institución? .....	69
Figura 9 Pregunta 8 ¿Considera usted que los jefes superiores son comunicativos? .....	70
Figura 10 Pregunta 9 ¿Considera usted que la UGEL N°12 lleva un registro de la cantidad de atenciones que realizan a los usuarios?.....	71
Figura 11 Pregunta 10 ¿Considera usted que UGEL N°12 es considerada la mejor institución gubernamental de la provincia de Canta? .....	72
Figura 12 Pregunta 11 ¿Considera usted que las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos?.....	74
Figura 13 Pregunta 12 ¿Considera usted que los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros? .....	75
Figura 14 Pregunta 13 ¿Considera usted que la UGEL N° 12 cuentan con los recursos necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente?.....	76

Figura 15 Pregunta 14 ¿Considera usted que en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes?.....	77
Figura 16 Pregunta 15 ¿Considera usted que la UGEL N°12 recibe constantes quejas de los usuarios? .....	79
Figura 17 Pregunta 16 ¿Considera usted que los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios? .....	80
Figura 18 Pregunta 17 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario?.....	81
Figura 19 Pregunta 18 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 ayudan al usuario en el llenado de algún formato para que presente a la institución? .....	83
Figura 20 Pregunta 19 ¿Considera usted que el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12? .....	84
Figura 21 Pregunta 20 ¿Considera usted que los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos? .....	86
Figura 22 Pregunta 21 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite? .....	87
Figura 23 Pregunta 22 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación?.....	88
Figura 24 Pregunta 23 ¿Considera usted que cuando recibe una negativa de atención el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias?.....	90
Figura 25 Pregunta 24 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables?.....	91
Figura 26 Pregunta 25 ¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad? .....	92

Figura 27 Pregunta 26 ¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado satisface las necesidades de los usuarios?.....	94
Figura 28 Pregunta 27 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados?.....	95
Figura 29 Pregunta 28 ¿Considera usted que los usuarios quedan satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos por la institución?.....	97
Figura 30 Pregunta 29 ¿Considera usted que las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios son favorables?.....	98
Figura 31 Pregunta 30 ¿Considera usted que las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toman para que mejore los servicios que brinda a los usuarios? .....	100
Figura 32 Pregunta 31 ¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos? .....	101
Figura 33 Pregunta 32 ¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van descontentos?.....	103
Figura 34 Pregunta 33 ¿Considera usted que los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas?.....	104
Figura 35 Pregunta 34 ¿Considera usted que los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir?.....	106
Figura 36 Pregunta 35 ¿Considera usted que la atención brindada es competente y eficaz? .....	107
Figura 37 Pregunta 36 ¿Los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas?.....	108
Figura 38 Escala de correlación.....	110
Figura 39 Interpretación del Coeficiente Alfa de Cronbach.....	137
Figura 40 Validez del instrumento por juicio de experto V1 Calidad de servicio.....	137
Figura 41 Validez del instrumento por juicio de experto V2 Satisfacción de los usuarios .....	138

## RESUMEN

La presente investigación se desarrolló sobre la “Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la unidad de gestión educativa local N° 12 - Canta, 2021” debido a la problemática existente sobre el servicio y la satisfacción sobre el mismo, se formuló la siguiente pregunta de investigación ¿Qué relación existe entre Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021?, por consiguiente se determinó como objetivo, establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 – Canta, 2021. El enfoque de la investigación fue cuantitativa, En la metodología de la investigación se usó el método científico, el tipo de investigación fue básica, de diseño no experimental, de corte transversal, de nivel correlacional. Como muestra se consideró a un grupo de docentes, padres de familia y directores de escuelas usuarios de los servicios de la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12, Canta. De acuerdo a los resultados obtenidos se confirma la hipótesis general, existe relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021, estos resultados evidencian una correlación positiva alta de 0,756 entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios, ambas variables se correlacionan de manera directa, concluyéndose que, a mayor calidad de servicio habrá mayor satisfacción de los usuarios y a menor calidad de servicio habrá menor satisfacción de los usuarios, por lo que se recomendó evaluar periódicamente el grado de satisfacción de los usuarios a través de encuestas que aplicará la institución para mejorar la calidad de los servicios ofrecidos.

**Palabras clave:** Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios.

## **ABSTRACT**

The present investigation was developed on the "Quality of service and user satisfaction in the local educational management unit No. 12 - Canta, 2021" due to the existing problems regarding the service and satisfaction with it, the following was formulated research question: What relationship exists between Quality of service and user satisfaction in the Local Educational Management Unit No. 12 Canta, 2021? Therefore, the objective was determined to establish the relationship that exists between the quality of service and the User satisfaction in the Local Educational Management Unit No. 12 - Canta, 2021. The research approach was quantitative. The scientific method was used in the research methodology, the type of research was basic, non-experimental design , cross-sectional, correlational level. As a sample, a group of teachers, parents and directors of schools users of the services of the Local Educational Management Unit No. 12, Canta, were considered. According to the results obtained, the general hypothesis is confirmed, there is a relationship between quality of service and user satisfaction in the Local Educational Management Unit No. 12 Canta, 2021, these results show a high positive correlation of 0.756 between the quality of service and user satisfaction, both variables are directly correlated, concluding that the higher the quality of service there will be greater user satisfaction and the lower the quality of service there will be less user satisfaction, so it was recommended to periodically evaluate the degree of user satisfaction through surveys that the institution will apply to improve the quality of the services offered.

**Keywords:** Service quality and user satisfaction.

## I. CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Descripción de la realidad problemática

La educación fue y es considerada, una pieza fundamental emprendedora y de desarrollo personal, progreso, local, regional, nacional e internacional. En el Perú, la encargada de administrar la educación es el Ministerio de Educación MINEDU, esta entidad es quien define las políticas y actividades del sector a nivel nacional, y que tiene como objetivo asegurar y brindar una educación de calidad para todos. El Ministerio de Educación cuenta con instancias descentralizadas como las Direcciones Regionales de Educación cada DRE, ubicadas en región y/o departamento y las Unidades de Gestión Educativa Local (UGEL), ubicadas en cada provincia.

La dirección regional de educación DRE, quienes tienen una división organizacional y funcional, representando al Ministerio de Educación y como entidades descentralizadas de los Gobiernos Regionales, implementando políticas educativas responsables de la educación en sus respectivas jurisdicciones.

(UGEL N°12 - Canta, s.f.) Dirección Regional de Educación de Lima Provincias trabaja para promover la educación global a través de la mejora continua de los procesos de aprendizaje mediante el uso adecuado y responsable de técnicas pedagógicas científicas y culturales basadas en los valores de honestidad, responsabilidad, respeto propio, solidaridad y amor al trabajo. Relacionados con el deporte, la ciencia y la tecnología y la formación de ciudadanos con capacidad empresarial, comercial y productiva en la agricultura, la ganadería, la pesca y la industria en general, incrementar el turismo interno, capaces de enfrentar con éxito los desafíos del mundo globalizado y contribuir a la construcción de una democracia mundial, una sociedad justa, libre y solidaria.

Las Unidades de Servicios Educativos fueron creadas por Decreto Supremo N° 12-86-ED, como órganos distribuidos del Ministerio de Educación en sustitución de las distintas áreas educativas y tutelares.

Los centros y programas educativos de la provincia de Canta son administrados por la Directiva de la Región 06, la cual tiene jurisdicción sobre todas las provincias del Departamento de Lima - Metropolitana y Callao.

“Las Unidades de Gestión de Educación son instancias de ejecución para la entrega del servicio educativo. En Lima, Callao y provincias existe un total de 220 UGEL. Según la Ley General de Educación (Ley N° 28044), publicada el 29 de julio del 2003, las unidades de gestión educativa local (UGEL) son una instancia de ejecución descentralizada de los gobiernos regionales” (Diario correo, 2021).

(UGEL N°12 - Canta, s.f.) “La Unidad de Servicios Educativos de Canta fue creada por Resolución Ministerial N°840-88 –ED de fecha 11 de octubre de 1988, siendo su primer Director el Profesor: SAMUEL GARRIDO FUERTES. Por DS N°04-96 de fecha 30 de junio de 1996 se designa a la USE de Canta el N°12 en sustitución del N°22 que antes tenía y se reitera su jurisdicción en toda la provincia de Canta. En octubre del 2004 fue cambiado el nombre de la USE con DS donde se designa la UGEL. Por DS N°002 – 2003- ED, que crea la Dirección Regional de Educación de Lima Provincias, donde las UGEL de provincia pasa al Gobierno Regional de Lima Provincias”.

Las Unidades de Gestión Educativa Local UGEL instancias descentralizadas, quienes operan en las provincias, brindando apoyo y asistencia técnico pedagógico, institucional y administrativo a las instituciones educativas asegurando un servicio educativo de calidad.

Un problema real de la Unidad de Gestión Educativa Local 12 es la inadecuada infraestructura, además de no contar con mobiliarios adecuados y equipos desactualizados para

la atención al usuario esto incide en brindar un servicio no óptimo, lo cual repercute en la satisfacción de los usuarios.

El acceso geográfico para docentes y personal administrativo de los centros de estudios más alejados les lleva tiempo en asistir a la UGEL 12 para que puedan realizar los trámites documentarios que necesitan.

La burocracia existente debido a excesos de reglas hace que la gestión sea complicada, larga y paciente, lo cual afecta en la satisfacción del usuario. Esta misma burocracia se observa cuando el personal administrativo y los directores de los centros educativos solicitan presupuestos para la mejora de la infraestructura en escuelas y colegio, pasando estos trámites a través de la unidad de gestión educativa local luego por la dirección regional educativa y por último al gobierno regional o el ministerio de educación.

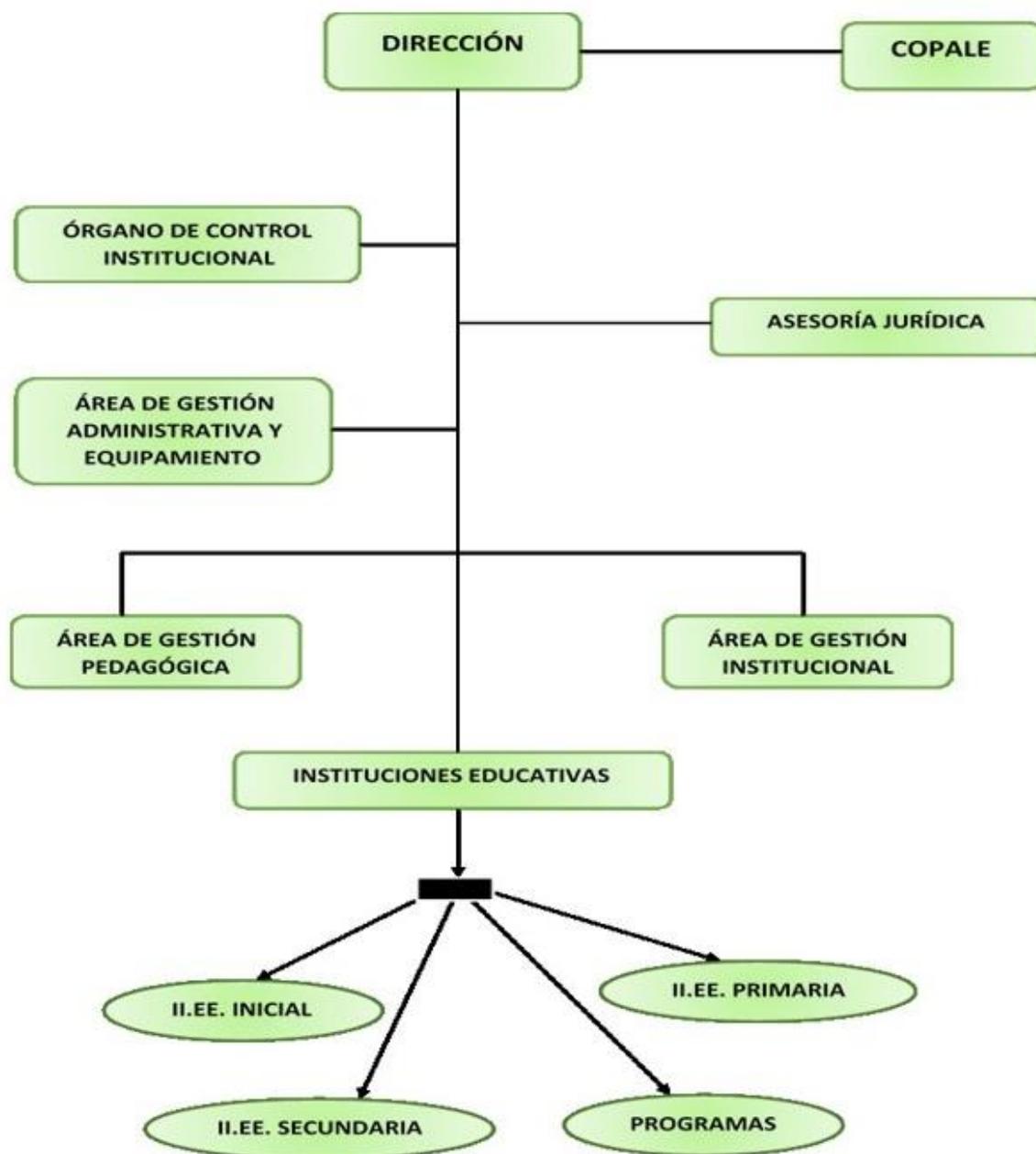
Algunos especialistas no cuentan con la capacidad técnica adecuada para realizar supervisiones y asesoramiento en las instituciones educativas, generando malestar e insatisfacción en los docentes supervisados.

La principal causa que se puede observar esta referido a los procesos del área de administración referida con los expedientes no atendidos dentro de los plazos, el tiempo de atención los cuales traen como consecuencia la disconformidad, la insatisfacción y descontento de los usuarios.

Para poder evitar esta situación es necesario implementar un proyecto de mejora en sus procesos en las diversas áreas los cuales mejorarán el servicio de atención a los usuarios.

Figura 1

## Organigrama de la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 - Canta



Nota: Muestra el organigrama de la institución.

## **1.2 Delimitación del Problema**

### **1.2.1 Delimitación Espacial.**

La investigación se desarrolló en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 – Canta, Lima.

### **1.2.2 Delimitación Temporal.**

La investigación se realizó en el año 2021.

### **1.2.3 Delimitación Conceptual o Temática.**

Se desarrolló los aspectos teóricos de las variables de estudio: V1 Calidad de servicio y V2 Satisfacción de los usuarios en la UGEL N° 12 Canta 2021, del cual se obtuvieron los datos.

## **1.3 Formulación Del Problema**

### **1.3.1 Problema General**

¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 – Canta, 2021?

### **1.3.2 Problemas Específicos**

1. ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y los sentimientos en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021?
2. ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y el desempeño percibido en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021?
3. ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y las expectativas en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021?

## **1.4 Justificación**

### **1.4.1 Social**

Es socialmente importante ya que la institución con los resultados, puede mejorar los servicios que brindan a los usuarios y así mejorar la organización a través de la dirección administrativa, esto se refleja en la estandarización y mejora de los servicios que reciben los usuarios y por ende la población, brindándoles un servicio de calidad que supere sus expectativas.

### **1.4.2 Teórica**

Es importante porque se da a conocer los conceptos de las variables, así como sus dimensiones y sus indicadores los cuales servirán de base para otros estudios similares.

### **1.4.3 Metodológica**

Se construyó el cuestionario de investigación, y este cuestionario podrá ser usado en otras investigaciones futuras parecidas.

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 Objetivo General**

Establecer qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 – Canta, 2021

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

1. Establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y los sentimientos en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021
2. Establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y el desempeño percibido en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021
3. Establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y las expectativas en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021

## II. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.1 Antecedentes Nacionales

(Paucar, 2019) “En su tesis para obtener el grado de maestro presentado a la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, titulada la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local N°01 – San Juan de Miraflores; cuyo objetivo fue determinar si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local N°01 de San Juan de Miraflores., tuvo un enfoque cuantitativo, con tipo de investigación básica de alcance descriptivo, y diseño correlacional, utilizando como técnica de recolección de datos la encuesta, concluyo 1) Se encontro una interacción altamente positiva existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local N°01 de San Juan de Miraflores, puesto que el r de Pearson es 0,7145. 2) El grado de la calidad de servicio de la Unidad de Gestión Educativa Local N°01 de San Juan de Miraflores es bueno, debido a que el 69% la califican como Buena y 2% como Muy buena. 3) El grado de la satisfacción de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local N°01 de San Juan de Miraflores es positivo, ya que el 76% se encuentra Satisfecho y un 8% Muy satisfecho”.

(Shapiama, 2020) “En su tesis para obtener el grado de maestro presentado a la Universidad Cesar Vallejo, titulada Calidad de servicio y satisfacción en usuarios de la unidad de gestión educativa local Lamas, 2020; cuyo objetivo fue establecer la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción en usuarios de la Ugel Lamas al año 2020, tuvo un enfoque cuantitativo, con tipo de investigación basica de alcance correlacional, y diseño no experimental, utilizando como técnica de recolección de datos la encuesta concluyo que: 1) Existe una relación significativa entre las variables debido a que la significación bilateral fue

de 0.002 y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman estableció una correlación positiva baja. 2) La calidad de servicio sobre Ugel Lamas 2020, se determinó como malo 22.8%, regular 52.8% y bueno 24.4%. 3) El nivel de la satisfacción en usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local Lamas 2020, el resultado que se obtuvo fue malo un 22%, regular 50.4% y bueno 27.6%”.

(Deza, 2019) “En su tesis para obtener el grado de Maestra en gestión y administración de la educación presentado a la Universidad Nacional Federico Villarreal, titulada Comportamiento organizacional y calidad del servicio educativo de los docentes en la institución educativa Manuel Tobías García Cerrón, Puente Piedra, 2019; se trazo el objetivo Determinar la relación que existe entre el comportamiento organizacional y la calidad del servicio educativo de los docentes en la Institución Educativa Manuel Tobías García Cerrón, del distrito de Puente Piedra- 2019, tuvo un enfoque cuantitativo, con tipo de investigación básica y diseño descriptivo correlacional, utilizando como técnica de recolección de datos la encuesta arribo a las siguientes 1) Los resultados estadísticos señalan que existe relación entre el comportamiento organizacional y la calidad del servicio educativo de los docentes en la Institución Educativa Manuel Tobías García Cerrón, del distrito de Puente Piedra- 2019, con un valor = 0,997; y una significancia de  $p=0,000$ . 2) Los resultados estadísticos señalan que existe relación entre el comportamiento organizacional de las personas y la calidad del servicio educativo de los docentes en la Institución Educativa Manuel Tobías García Cerrón, del distrito de Puente Piedra- 2019, con un valor = 0,985; y una significancia de  $p=0,000$ , que es menor de 0, 05. 3) Los resultados estadísticos señalan que existe relación entre el comportamiento organizacional del entorno y la calidad del servicio educativo de los docentes en la Institución Educativa Manuel Tobías García Cerrón, del distrito de Puente Piedra- 2019, y con un valor = 0,992; y una significancia de  $p=0,000$  4) Los resultados estadísticos señalan que existe relación

entre la estructura del comportamiento organizacional y la calidad del servicio educativo de los docentes en la Institución Educativa Manuel Tobías García Cerrón, del distrito de Puente Piedra- 2019, y con un valor = 0,990; y una significancia de  $p=0,000$  5) Los resultados estadísticos señalan que existe relación entre la tecnología y la calidad del servicio educativo de los docentes en la Institución Educativa Manuel Tobías García Cerrón, del distrito de Puente Piedra- 2019, y con un valor = 0,993; y una significancia de  $p=0,000$ ”.

(Maguiña, 2018) “En su tesis para obtener el grado de Licenciada en Administración de empresas presentado a la Universidad Autónoma del Perú, titulada Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana - Lima 2018; cuyo objetivo fue Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pucusana, Lima – 2018, tuvo un enfoque cuantitativo, con tipo de investigación básica con metodo sistemático, de alcance descriptivo - correlacional, y diseño no experimental de corte transversal, utilizando como técnica de recolección de datos la encuesta arribo a las siguientes conclusiones 1) De acuerdo a los resultados obtenidos en relación al objetivo general, el cual pide “Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pucusana, Lima – 2018”, se encontró una correlación al 0.721 con el coeficiente Rho de Spearman, con un valor al  $0.000 < 0.05$ , con el cual se concluye que existe relación significativa positiva considerable entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana, Lima – 2018. 2) De acuerdo a los resultados obtenidos en relación al primer objetivo específico, el cual pide: “Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana, Lima – 2018”, se encontró una correlación al 0. 0.723 con el coeficiente Rho de Spearman, con un valor al  $0.000 < 0.05$ , con el cual se concluye que existe relación significativa positiva considerable entre la capacidad de

respuesta y la satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana, Lima – 2018. 3) De acuerdo a los resultados obtenidos en relación al segundo objetivo específico, el cual pide: “Determinar la relación entre la confiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana, Lima – 2018”, se encontró una correlación al 0.867 con el coeficiente Rho de Spearman, con un valor al  $0.000 < 0.05$ , con el cual se concluye que existe relación significativa positiva alta entre la confiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana, Lima – 2018. 4) De acuerdo a los resultados obtenidos en relación al tercer objetivo específico, el cual pide: “Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana, Lima – 2018”, se encontró una correlación al 0.759 con el coeficiente Rho de Spearman, con un valor al  $0.000 < 0.05$ , con el cual se concluye que existe relación significativa positiva considerable entre los elementos tangibles y la satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana, Lima – 2018. 5) De acuerdo a los resultados obtenidos en relación al cuarto objetivo específico, el cual pide: “Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana, Lima – 2018”, se encontró una correlación al 0.743 con el coeficiente Rho de Spearman, con un valor al  $0.000 < 0.05$ , con el cual se concluye que existe relación significativa positiva considerable entre la empatía y la satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana, Lima – 2018”.

(Huancollo, 2018) “En su tesis para obtener el grado de licenciado en Administración presentado a la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, titulada Calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Taraco - Huancané - Puno, 2017, se trazo el objetivo de Demostrar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Taraco – Huancané – Puno, 2017, tuvo un enfoque cuantitativo, con tipo de investigación aplicada de alcance correlacional, y

diseño no experimental, de corte transeccional, utilizando como técnica de recolección de datos la encuesta llego a las siguientes 1) En la hipótesis específica 1, se concluye que existe una influencia positiva débil del 0.482 muy significativa entre la empatía de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, donde se puede afirmar que la atención personalizada, los horarios de atención y la preocupación por los usuarios aun no tienen muy satisfechos a los usuarios que acuden a la Municipalidad de Taraco – Huancané – Puno. 2) En la hipótesis específica 2, se concluye que existe una influencia positiva débil del 0.429, muy significativa entre capacidad de respuesta de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, donde se aprecia que la información aun no es muy oportuna y el servicio aun no es el adecuado, por ende, la satisfacción del usuario que acuden a la Municipalidad de Taraco – Huancané – Puno, es muy baja. 3) En la hipótesis específica 3, se concluye que existe una influencia positiva débil del 0.459, muy significativa entre la seguridad de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, donde se ve que no hay mucha confianza de parte de los colaboradores, no son muy corteses y poco conocimiento de los procesos, esto va a redundar en la insatisfacción de los usuarios que acuden a la Municipalidad de Taraco – Huancané – Puno. 4) En la hipótesis específica 4, se concluye que existe una influencia positiva media del 0.521 muy significativa entre la fiabilidad de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, aun no es confiable en el cumplimiento en lo que los ofrece a los usuarios y el desempeño del servicio aun es bajo. 5) En la hipótesis específica 5, se concluye que existe una influencia positiva débil del 0.482 muy significativa entre los elementos tangibles de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios, refiere que los equipos aun no son modernos como se requiere, las instalaciones no son tan adecuadas, los folletos y trípticos son muy escasos”.

### **2.1.2 Antecedentes Internacionales**

(Palominos, Quezada, Osorio, Torres, & Miguel, 2016) “En su artículo para la Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES), titulada Calidad de los servicios educativos según los estudiantes de una universidad pública en Chile; cuyo objetivo fue conocer el grado de satisfacción de los estudiantes en relación con la calidad de la educación recibida, así como las diferencias que en este grado de satisfacción se pueden apreciar a propósito de distintas características de la unidad de análisis, se trató de un estudio con enfoque cuantitativo, con tipo de investigación básica, de alcance descriptivo y correlacional, y diseño no experimental de corte transversal, arribo a las siguientes conclusiones 1) los educandos de la universidad pública estudiada perciben una buena evaluación de los resultados que han obtenido en su proceso de aprendizaje, lo cual se complementa con el hecho de evaluar a la universidad como un organismo competente con idónea fama, teniendo docentes que son notados con una buena formación académica. 2) Esto lleva a que los usuarios evalúen que han aprovechado eficientemente el hecho de aprender en una universidad pública y que tengan una satisfacción general con el servicio. 3) Predomina la satisfacción general con el servicio, el involucramiento con su proceso educativo que declaran los alumnos, su satisfacción con los resultados del servicio y con la fama de la universidad. 4) Aceptar el reto de mejorar la vivencia de consumo del alumno cambiando prácticas docentes innovadoras que posibiliten el aprendizaje, con la intención de potenciar el involucramiento del cliente. 5) se tienen que mejorar los servicios complementarios que cada vez adquieren más grande relevancia en el tamaño que el alumno se muestra como un consumidor activo y crítico del servicio que se le entrega”.

(Zabala, Granja, Calderón, & Luis, 2021) “En su artículo para la revista Información Tecnológica titulada Efecto en la gestión organizacional y la satisfacción de los usuarios de un sistema informático de planificación de recursos empresariales (ERP) en Riobamba, Ecuador; se trazó el objetivo de realizar una evaluación expost al proyecto de implementación del

Sistema Informático Integral Multifinalitario en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba, tuvo un enfoque cuantitativo, con tipo de investigación básica, y diseño no experimental de corte transversal, utilizando el método científico analítico y sintético, concluyo 1) El sistema brinda diversos beneficios involucrados con la administración organizacional, como la centralización, unificación e incorporación de la información, fiabilidad y exactitud de los datos, primordialmente para los Servidores públicos, que resultó además el conjunto que más lo usa; 2) los Directivos, mostraron el mayor grado de satisfacción como usuarios del sistema para la administración de los procesos; 3) Pese a las innegables ventajas del sistema para el ejercicio laboral de los clientes internos, se constató una percepción desfavorable del mejoramiento de la calidad del servicio y la satisfacción a los habitantes, siendo fundamental mejorar éstos elementos de atención por parte de los Servidores municipales y los Directivos involucrados con la implementación y optimización continua del ERP; 4) se enseñó estadísticamente la interacción directa que existe en medio de las dimensiones Calidad y satisfacción del usuario en la muestra estudiada”.

(Orozco, 2017) “En su tesis para obtener el grado de Máster en Administración en Salud presentado a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, titulada Satisfacción de los usuarios sobre la calidad de atención recibida en consulta externa, hospital militar escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños. Managua, Nicaragua. Febrero 2017; se trazó el objetivo de evaluar el grado de satisfacción de los usuarios sobre la calidad de atención recibida en consulta externa del Hospital Militar Escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños, Managua Nicaragua, Febrero 2017.tuvo un enfoque cuantitativo, con tipo de investigación básica de alcance descriptivo de corte transversal, arribo a las siguientes 1) Las primordiales propiedades sociodemográficas poblacional en análisis son población femenina, con edades distribuidas de manera semejante en las cuatro categorías en análisis, con grado académico universitario, pertenecientes al área urbana. 2) Las cinco capacidades, según expectativas de la calidad de

atención recibida en el servicio, fueron satisfactorias para la zona de consulta externa de medicina general del Hospital Militar Escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños. El punto con más expectativa ha sido el de bienes tangibles, y el de menor interés fue la seguridad. 3) Según la percepción de los usuarios sobre la calidad de atención recibida, la capacidad con el más alto porcentaje de satisfacción fue el de bienes tangibles y la el menor porcentaje fue la responsabilidad, se concluye que los usuarios del servicio de Consulta externa del Hospital Militar Escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños perciben como satisfactorio el servicio que se les ofrece. 4) Al clasificar los grados de calidad del servicio según brechas de percepción menos perspectiva, la dimensión catalogada con más baja calidad es responsabilidad, en lo que bienes tangibles es la capacidad catalogada con más calidad. El índice de calidad del servicio es tomado en cuenta como satisfactorio, debido a que está levemente alejado de cero. Se concluye que la calidad de atención obtenida en el servicio de consulta externa de medicina general es exitosa según los usuarios”.

(Vergara, Quesada, & Javier, 2018) “En su artículo para la revista de Métodos cuantitativos para la economía y la empresa, titulada Calidad del servicio y determinantes de la satisfacción en usuarios de los servicios hospitalarios de Cartagena de Indias, Colombia; cuyo objetivo se centra en valorar la calidad de los servicios hospitalarios en la ciudad de Cartagena de Indias, a través de la aplicación de la técnica estadística multivariada denominada regresión de mínimos cuadrados parciales, que permita identificar los factores determinantes de la calidad del servicio y su relación con los niveles satisfacción, tuvo un enfoque cuantitativo En orden a probar la consistencia interna del instrumento a través de los constructos o factores, se empleó el coeficiente de Alfa de Cronbach, arrojando como resultado un valor mínimo de 0,724, superando el valor mínimo recomendado de 0,7 (Tavakol y Dennick, 2011). concluyo que: 1) Se demostró la interacción entre la calidad general del servicio y la satisfacción de los usuarios de los servicios hospitalarios de Cartagena de Indias, con un coeficiente de correlación

cercano a 1, en la misma línea de los resultados propuestos por Choi et al. (2004). 2) La utilización de tácticas locales que surtan un impacto en el aumento de las variables infraestructura, ingreso y cobertura, perjudicarían de manera positiva la valoración o puntuación de la calidad general del servicio hospitalario, inmerso en el sistema de salud. 3) El modelo propuesto mostró ser aplicable al sistema hospitalario de Cartagena de Indias, lo cual podría facilitar su trabajo futuro como pronosticador de los grados de satisfacción de los usuarios, complementando de esta forma los estudios de valoración ya hechos en la urbe 4) Las repercusiones gerenciales podrían indicar tácticas no únicamente encaminadas a mejorar la calidad del servicio y la satisfacción; además podrían dirigirse en incrementar la confianza y la lealtad en el sistema de salud y, por consiguiente, en el decrecimiento de las quejas de los usuarios”.

(Aristizabal, 2020) “En su artículo científico para la revista ProQuest, titulado Propuesta metodológica para la medición de la satisfacción de usuarios de internet móvil en Colombia; propone un modelo metodológico para la medición de la satisfacción de los usuarios de internet móvil, que además de contener el NPS permita medir de una forma representativa y comparable la satisfacción de los usuarios del servicio de internet móvil en las principales ciudades de Colombia, abarcando la experiencia del usuario en todas de las fases del ciclo de prestación del servicio., tuvo un enfoque cuantitativo, con tipo de investigación básica, de alcance correlacional, utilizando como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento de recolección de datos el cuestionario aplicados en el año 2016 arribo a las siguientes conclusiones 1) Se establecieron las áreas funcionales que comprenden los aspectos y momentos del ciclo de prestación del servicio de internet móvil más relevantes para monitorear la satisfacción de los usuarios: comercial, canales, producto, precio, upgrade, cancelación y promoción. Estas sirvieron para generar los ítems exploratorios que hacen parte del instrumento de investigación desarrollado. 2) El instrumento desarrollado fue validado en

cuanto a su contenido y pertinencia por un panel de siete expertos, y en cuanto a su lenguaje y claridad por un panel de treinta usuarios del servicio de internet móvil. Estas validaciones respaldan que el instrumento desarrollado permite recolectar información útil para medir y analizar la satisfacción de los usuarios frente al desempeño del servicio prestado por su operador actual. 3) Resultó factible realizar la aplicación del instrumento a la muestra de usuarios de internet móvil mediante la estrategia de paneles auditados online. Este tipo de trabajo de campo permite recolectar la información de forma más rápida y focalizada, lo que puede ser favorable si se establece efectuar mediciones de corte longitudinal para hacer un monitoreo del desempeño de los operadores a lo largo del tiempo. 4) El plan de procesamiento y análisis propuesto permite desplegar el análisis de la satisfacción en torno a tres puntos clave: funnel, top of mind y equity. El funnel análisis, que permite conocer el desempeño general del operador en el mercado y que podría complementarse con estudios de top of mind share de mercado e inversión de mercadeo para profundizar en equity de marca; el indicador NPS, que permite medir la satisfacción por medio del nivel de recomendación del usuario respecto a su operador; y el análisis de relación entre el NPS y el desempeño del operador en los diferentes aspectos y momentos del ciclo de prestación del servicio. Este último cobra gran relevancia, ya que permite identificar los focos de acción para trabajar por parte de cada operador para mejorar la satisfacción de sus usuarios. 5) La propuesta de modelo metodológico para la medición de la satisfacción de los usuarios de internet móvil en Colombia permite ir más allá de los indicadores solicitados por los entes de control, analizando el desempeño de los operadores en todos los aspectos y momentos del ciclo de prestación del servicio y generando el insumo necesario para la puesta en marcha de planes de acción en diversos frentes. 6) Para dar continuidad a la investigación podrían llevarse a cabo mediciones periódicas que permitan monitorear la satisfacción de los usuarios a lo largo del tiempo y determinar si las acciones llevadas a cabo por los operadores tienen un impacto sobre aquella y cuánto tarda dicho

impacto en reflejarse. 7) Futuros trabajos también podrían centrarse en la revisión del instrumento frente a posibles cambios normativos, de contexto o de mercado que puedan haber surgido y su aplicación para una próxima medición sobre una nueva muestra representativa a nivel nacional calculada a partir del universo de usuarios y penetración del servicio actual”.

## 2.2 Bases Teóricas o Científicas

### Calidad - Servicio

(Parasuraman, Zeithami, & Berry, 1985) señalan que la calidad es la evaluación de un cliente sobre la superioridad o excelencia global de un producto es una actitud relacionada con la satisfacción, pero no idéntica a ella, que se caracteriza como el grado y la dirección de la diferencia entre la percepción y las expectativas del cliente.

(Duque, 2005), citando a Kotler (1997) refiere que el servicio al cliente es cualquier acción o ganancia que una parte entrega a la otra parte; son esencialmente intangibles y no dan en derecho a ser propietario de alguna cosa. su producción se puede vincular entre sí o ningún producto físico.

### Características de los servicios

(Duque, 2005) También señala que las características son:

**La intangibilidad:** Dice que no son objetos sino resultados, no se puede verificar la existencia antes de comprarse, no se puede ver la calidad, al ser intangible el servicio no se puede verificar como los clientes (usuarios) perciben sobre la calidad del servicio a priori.

**La heterogeneidad:** Señala que es difícil brindar un servicio de calidad uniforme ya que el usuario o productor del servicio puede creer o percibir de diferente manera.

**La inseparabilidad:** La producción del servicio y el consumo no se pueden separar ya que generalmente existe contacto entre proveedor del servicio y cliente.

**Modelos para evaluar la calidad del servicio.**

(Núñez & Juárez, 2018) Mencionan que existen diferentes modelos y definen la calidad del servicio de acuerdo a la percepción de sus clientes y esto es un tema constante de discusión ya que la calidad percibida es subjetiva y a la vez éste puede valorarla de diferentes puntos de vista.

**Modelo de calidad de servicio de Grönroos:** (Núñez & Juárez, 2018) citando a Christian Grönroos (1984) señalan la calidad del servicio resulta de juntar la calidad en 3 dimensiones: Calidad técnica, calidad funcional e imagen corporativa; dentro de ellas se incluyen los atributos, los cuales pueden influir o condicionar la percepción de los usuarios, catalogándolo a la imagen como un elemento básico para medir la calidad que se percibe. La imagen corporativa es la que trasmite en el consumidor como es la empresa, en si el usuario percibe la calidad técnica y funcional de los servicios que presta la empresa.

**Modelo SERVQUAL:** (Núñez & Juárez, 2018) citando a Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) mencionan que desarrollaron el modelo de calidad en el servicio identificando 10 criterios de evaluación, para que posteriormente debido a críticas por otros autores se simplificó a cinco dimensiones como la empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y los elementos tangibles (Instalaciones, personal y materiales de la empresa).

**Modelo SERVPERF:** (González, Carmona, & Rivas, 2017), el modelo fue desarrollado por Cronin y Taylor, utiliza únicamente a la percepción como aproximación a la satisfacción del usuario.

**Modelo de los tres componentes:** (Núñez & Juárez, 2018) citan a Rust & Oliver (1994) quienes afirman que la experiencia produce la satisfacción y que no se requiere de experiencia para percibir la calidad del servicio, estos autores señalan tres componentes: El servicio y sus características, el ambiente del servicio y el servicio entregado.

### **2.2.1 V1 - Calidad de servicio**

(Palmar & Caliman, 2019, pág. 141) Citan a Hallo y Fajardo (2019) quienes conceptualizan la calidad de servicio como una de las variables fundamentales por los profesionales para la competitividad de una organización, más todavía si estas desean seguir en un mercado competitivo donde los consumidores buscan más que un producto, buscan experiencias.

#### ***DI: Competitividad de una organización***

(Perez & Jesús, 2016, pág. 107) Según Villegas & Toro (2010, p. 87-88) la competitividad está asociada a la capacidad de la empresa para producir, mantener y aumentar su presencia y colaboración en mercados locales y mundiales, brindando más valor agregado para el consumidor del que ofrece la competencia.

(Hernández, 2014, págs. 18 - 19) La competitividad de una organización tiene que ver con la productividad, la mejora de los recursos y el liderazgo que tiene en el mercado. Porter definió la competitividad centrando sus estudios en el término productividad. Según Porter, la productividad se entiende como, la manera en que un país crea prosperidad mediante el uso de sus recursos humanos, económicos y naturales. (Portador, 200). Según este autor, existen cuatro factores que pueden incrementar la productividad: la asignación de insumos, el método de organización y administración, el desarrollo de sinergias y la estructura de liderazgo a través de encadenamientos y satisfacer las necesidades de los consumidores. (Porter, 2004).

Se estima que las Instituciones Educativas compiten en función de la masa (estudiantes, docentes, inmuebles, infraestructura general, entre otros), pero no en función del valor que crean, lo cual es un poco confuso desde la acreditación de una institución educativa escolar” IES" se basa en un gran porcentaje de indicadores como la formación docente, el producto

editorial, la producción de directorios, la investigación, etc., por lo que la competencia y el reconocimiento son dos componentes diferentes.

El último concepto de competitividad hace referencia a las diferencias que existen en el proceso de gestión de las organizaciones, destacando la forma en que se gestionan los recursos humanos para que alcancen la mayoría de los objetivos planteados en el plan de desarrollo o plan de crecimiento y expansión institucional. Así, en qué medida las instituciones educativas son un factor de aceptación social y se refleja en el aumento de la matrícula, por lo que la satisfacción del cliente es un efecto de la imagen de la organización. De acuerdo con lo anterior, el desarrollo de las instituciones y las instituciones educativas cooperan entre sí para lograr los mecanismos ideales que impulsan las necesidades del mercado objetivo.

### ***Indicadores***

**Valor agregado**, (Esucomex Instituto profesional, 2016, pág. 1) en el marketing se define como una característica adicional que se brinda a un producto o servicio, con el objetivo de incrementar el valor comercial del mismo; esta característica o servicio especial, es lo que diferencia a la empresa ante los competidores del mercado de ofertas...

**Productividad**, (Rojas, Fernández, Marulanda, Rojas, & Vera, 2017, pág. 139), es la cantidad de bienes o servicios elaborados o brindados por los colaboradores de una organización. También podemos señalar que es el aumento de la producción por horas de trabajo analizada por estudios de tiempos o mediciones de trabajo, retribución de salarios, diseño del trabajo, entre otros (ESADE, 2004).

Muchas causas externas e internas perjudican a la productividad, los factores externos comprenden reglamentaciones del gobierno, la demanda y la competencia, donde la empresa no tiene jurisdicción. Y los factores internos relacionados con la definición de productividad según señala (Durán Ramírez, 2010)“.

**Optimización de recursos**, (Euroinnova International online education, s.f.) Consiste en implementar varias acciones para mejorar las actividades en la elaboración del producto servicio de una empresa u organización, con el objetivo de tener la mayor eficiencia y eficacia.

**Liderazgo**, (Lazzati, 2019) se da cuando un individuo puede influir en acciones o pensamientos en otros, para dirigir a un objetivo común. Para ser líder este debe de cumplir con ciertos atributos y para mantener una relación entre con el liderado depende de su disposición y de la situación.

### ***D2: Mercado competitivo***

(Wells, Graddy, & Krugman, 2021, pág. 70) Un mercado competitivo es aquel en el que hay muchos compradores y muchos vendedores del mismo bien o servicio. Un aspecto importante de los mercados competitivos es que ninguna acción individual puede afectar significativamente sobre el precio al que se venden los bienes o servicios.

(Muñiz, 2022) El análisis competitivo es un proceso que implica en relacionar una empresa con su entorno. Dicho análisis, identifica las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas asociadas a ella en el mercado objetivo. Este análisis es la base para el diseño estratégico, por lo que es importante comprender o intuir lo antes posible:

La naturaleza y el éxito de los cambios posibles que logre adoptar el competidor.

La factible respuesta del competidor a los probables movimientos estratégicos que otras organizaciones logren empezar.

La actitud y adaptación a los probables cambios del ámbito que logren suceder de los múltiples competidores.

La competencia consiste en empresas que operan en el mismo mercado y realizan la misma función en el mismo grupo de clientes independientemente de la tecnología utilizada

para ello. Por consiguiente, nuestra competencia no es una organización que produce un producto genérico como el nuestro, sino una empresa que satisface las mismas necesidades que nosotros para el mismo público objetivo o consumidor, por ejemplo, un parque de atracciones puede ser un competidor del cine, ya que ambos están inmersos dentro del ocio.

Para ofrecer una idea precisa del valor del análisis competitivo, debemos referirnos al proceso de planificación estratégica comercial, que responda a tres preguntas principales:

¿Dónde nos encontramos ahora? Para responder a esta pregunta nos vemos obligados a realizar un análisis situacional para responder sobre la posición que ocupamos.

¿A dónde deseamos llegar? Implica la definición de los objetivos que deseamos conseguir y la dirección en la que debemos trabajar.

¿Cómo lograremos esto? En este punto, debemos mostrar la evolución de las acciones o estrategias que tomaremos para lograr los objetivos y si seremos capaces de mantener el ritmo.

Para analizar la situación, a partir del cual iniciaremos el proceso de planificación estratégica, y así identificar oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas en la organización, debemos enfocarnos, paralelamente en dos tipos de análisis:

*Análisis externo.* Implica el análisis del ámbito, la competencia, el mercado, los intermediarios y los proveedores.

*Análisis interno.* Se trata de examinar la estructura organizativa de la organización, y los recursos y capacidades con las que dispone.

### ***Indicadores***

**Posición que ocupa**, se refiere al posicionamiento. (Banco Comafi) El posicionamiento es definido como la impresión de los consumidores actuales y clientes potenciales respecto a un producto o servicio. Esta impresión de los consumidores no determina a la oferta, la imagen

que se instala en la mente del cliente, en algunas circunstancias no coinciden con la imagen que las organizaciones desean proyectar a sus consumidores. También, es una herramienta de marketing aconsejada a las empresas que sirve de ayuda para que sus productos o servicios sean recordados o sean tenidos en cuenta por el cliente y estos sean considerados al momento de la compra.

**Definición de objetivos,** (Aiteco consultores desarrollo y gestión, s.f.) siendo una de las principales funciones en la dirección de las organizaciones. Toda empresa tienen como finalidad formular objetivos alcanzables y junto el esfuerzo de sus colaboradores llegar a alcanzarlos.

Siempre se confunde la política de la empresa como el objetivo, pero no significan lo mismo. Siendo la política el conjunto de instrucciones generales de la empresa. Por otro lado, los objetivos son concreto La definición de objetivos se encuentra organizado en distintos niveles delimitado por tiempo.

**Estrategias,** (Fernández L. A., 2012, pág. 2) se define como la manera en que la empresa ejerce sus recursos y esfuerzos con el fin de que funcione eficazmente sin dificultades logrando sus objetivos trazados.

Por tanto, estrategia es la investigación de un plan de acción de la empresa para conseguir y mantener sus ventajas competitivas en el mercado, siendo esta última los factores de diferenciación frente a sus competidores logrando rendimientos superiores de manera rentable.

**Trato recibido,** (Powered by oxford Lexico, s.f.) según el diccionario de definiciones de oxford tratar significa: “Actuar, comportarse o proceder [una persona] de una manera determinada en relación con los demás o con los animales.”.

### ***D3: Experiencias del cliente***

(Fernández de Paredes, 2018, pág. 23) Por experiencia del cliente o customer experience, nos referimos a una disciplina que está ganando cada vez más adeptos en todo el mundo, ya que es una de las formas más sólidas y consistente de diferenciarse y crear una ventaja competitiva en la organización.

(Fernández de Paredes, 2018, pág. 64) Más que una frase de moda, es transformar un elemento diferenciador entre una compañía y otra cuando se trabaja de manera adecuada.

(Hernández, 2014, pág. 17) Ahora bien, qué ocurre cuando los productos no son perceptibles, los proveedores de servicios deben asegurarse de que el cliente se vaya satisfecho por el trato que recibió, por la actitud que observo en el personal a cargo de su atención en el mínimo tiempo de espera, entre otros aspectos; como se mencionó anteriormente, si logramos completar la satisfacción del cliente aplicando la fórmula recomendada, definitivamente esta persona recomendará la empresa y volverá a ella.

### ***Indicadores***

**Actitud del personal de atención**, se refiere a la actitud de servicio. (Londoño, y otros, 2016, pág. 99) La actitud en el servicio al cliente es la creencia en las opciones, decisiones, consideraciones y capacidades para servir con eficacia con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes (Restrepo, Sánchez, Muñoz, Gallego & Becerra, 2016).

**Tiempo de espera**, (Myabcm, s.f.) definida como el “tiempo que tarda la empresa en completar un pedido o proyecto”, este comienza desde el inicio del pedido o servicio hasta la entrega del mismo.

A menor tiempo, da una idea de productividad en la empresa y por consiguiente la imagen de una compañía optimizada. La productividad y el tiempo de producción, el tiempo de entrega se miden en la industria, así como en sectores administrativos y financieros.

### 2.2.2 V2 Satisfacción de los usuarios

#### **Satisfacción del cliente:**

(Oliver, 1981) Señala que, es el estado psicológico que ocurre cuando los sentimientos sobre las expectativas no confirmadas coinciden con los sentimientos previos del consumidor sobre la experiencia del consumo.

(Cano, Molina, & Corona, 2018) Citando a Zeithaml, Bitner y gremler (2009) mencionan que la calidad del servicio, la calidad del producto y el precio, son componentes de la satisfacción del cliente.

Señalan también que, la satisfacción se evalúa mediante el cumplimiento de las necesidades y expectativas del cliente.

#### **Importancia de medir la satisfacción del cliente:**

(González, Carmona, & Rivas, 2017) Mencionan que al vivir hoy en día en un mundo globalizado y en constante competencia es de suma importancia que las empresas deben de adaptar sus servicios o productos a los deseos y necesidades del cliente a fin de conseguir su satisfacción y su fidelización; para esto se debe de entender al cliente de cuáles son sus expectativas, se debe orientar la empresa hacia el cliente proporcionando lo que requiere y por último se debe de evaluar su satisfacción

#### **Relación con normas y modelos de gestión:**

(González, Carmona, & Rivas, 2017) refieren, el cliente tiene que ser una prioridad en cualquier gestión de una empresa (**normas ISO 9000**), de acuerdo al primer principio de la gestión de la calidad, estos se deben orientar al cliente, basado en este principio se tiene a:

**Norma UNE-EN ISO 9001:** Su objetivo es aumentar la satisfacción del cliente, se puede observar la importancia que se le da al cliente, según estas normas corresponde a las empresas establecer métodos para recabar información de la satisfacción de los usuarios.

**Modelo EFQM:** También este modelo da importancia a la satisfacción del cliente, es usado mayormente en Europa, este modelo se basa en la autoevaluación, permite realizarse un análisis objetivo, riguroso y estructurado de sus actividades y resultados que obtiene la empresa, para luego hacerse un diagnóstico.

(Kotler & Keller, 2016) Definen a la satisfacción como un grupo de sentimientos de placer o decepción que se produce en una persona como efecto de equiparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto o servicio contra las expectativas. Si el rendimiento o la vivencia no cumplen con las expectativas, el comprador quedará insatisfecho; si son equivalentes a las expectativas, se sentirá satisfecho; si exceden las expectativas, el comprador se sentirá bastante satisfecho o deleitado.

#### ***D4: Sentimientos***

(Lexico, s.f.) “Según Definiciones de Oxford Languages Sentimientos es el estado de ánimo o disposición emocional hacia una cosa, un hecho o una persona”.

(Jiménez, Bellido, & López, 2019, pág. 126) Señalan que, en el momento de tomar decisiones de compra, es primordial aclarar dos conceptos principales: los signos físicos y la atención implícita. Por lo tanto, partiendo de que los consumidores solo pueden usar mecanismos emocionales e inconscientes, que se basan en las llamadas señales corporales o físicas. De hecho, y partiendo de dos grandes formas de comunicar y persuadir, la racional y la emocional, según Ramos et al. (2007) el método racional intenta persuadir dando razones o argumentos, mientras que el método emocional pretende fascinar al receptor (Ferrés, 1996, p. 70), se puede afirmar que el porcentaje de decisiones de compra son basadas en prevalecer los aspectos emocionales sobre los racionales (Ramos et al., 2007).

De acuerdo a Damasio (1994) señalaba que las emociones y la razón no son extremos, sino partes de una medida que ayudan a los compradores a tomar sus decisiones de compra. Esta hipótesis es importante para inferir la conducta del consumidor, ya que determina como las emociones se relacionan con la atención y la memoria, entre otros, contribuyendo, en las respuestas y reacciones de los consumidores ante los productos, servicios y estímulos publicitarios y de marketing.

Este autor denomina “marcadores somáticos llamados también signos físicos” a los factores (sentimientos y emociones) que influyen en las percepciones, valoraciones, decisiones y comportamientos de los consumidores durante una posible compra. Esencialmente, es la existencia de un mecanismo emocional para la toma de decisiones basado en el modelo de aprendizaje tradicional propuesto por el modelo AIDA (Sánchez, 1999). Quien señalo que ciertas experiencias de sensaciones provocaban ciertas reacciones a través del sistema nervioso autónomo. Estos sentimientos y emociones se almacenan como señales físicas y tienen consecuencias en el proceso de la toma de decisiones del comprador. De esta forma, las decisiones se toman a través de mecanismos emocionales y no a través del pensamiento racional (Santos, 2018).

### ***Indicadores***

**Persuasión racional**, define al cliente como un ser casual y motivacional, donde su decisión de compra se define por un análisis comparativo e informativo sobre las diferentes alternativas que ofrece el mercado de un producto o servicio. (Gobierno de España, ministerio de educación, s.f.).

**Persuasión emocional**, según el diccionario de Oxford, persuasión significa “Capacidad o habilidad para convencer a una persona mediante razones o argumentos para que piense de una determinada manera o haga cierta cosa.” (Powered by Orford Lexico, s.f.).

### ***D5: Desempeño percibido***

(Definición, s.f.) "Según el diccionario de definiciones, la idea de desempeño suele emplearse respecto al rendimiento de una persona en su ámbito laboral o académico"

(Millones, Zagal Paulo, 2010, págs. 18 - 19) El rendimiento percibido: se refiere al desempeño (en términos de dar valor) que el cliente cree que obtiene después de comprar un producto o servicio. En otras palabras, el "resultado" se da cuando el cliente "experimenta" con el producto o servicio por el cual ha pagado. El desempeño percibido tiene las siguientes características:

Lo define la perspectiva del cliente, y no la empresa.

Depende de los resultados que el cliente consigue con el producto o servicio.

Toma como base la percepción del cliente; no precisamente en la realidad.

Está sujeto a la influencia de las opiniones de otros individuos que influyen en el cliente.

Es dependiente del estado de ánimo y la lógica del cliente. Debido a su complejidad, el "rendimiento o desempeño percibido" puede ser definido tras una intensiva investigación que comienza y termina en el "cliente".

### ***Indicadores***

**Rendimiento percibido por el cliente**, (Millones, Zagal Paulo, 2010, págs. 18 - 19) se define como el cumplimiento por parte de la empresa, que el consumidor percibe luego de realizar la adquisición de un producto o servicio.

**Obtención de resultados por los servicios recibidos**, según el diccionario de Oxford, resultados significa "utilidad y calidad de una cosa". (Powered by Oxford Lexico, s.f.)

**Opiniones de otras personas**, según el diccionario de Oxford, opinión significa "Idea, juicio o concepto que una persona tiene o se forma acerca de algo o alguien.". (Powered by Oxford Lexico, s.f.)

**Ánimo del usuario al servicio**, según el diccionario de Oxford, ánimo significa “Fuerza o energía para hacer, resolver o emprender algo”. (Powered by Oxford Lexico, s.f.)

### ***D6: Expectativas***

(Kotler & Keller, 2016, pág. 131) Las valoraciones que hace el cliente sobre el rendimiento del producto o servicio dependen de muchos elementos, incluyendo la relación de lealtad que tenga con la marca. Los consumidores a menudo desarrollan una percepción más apropiada de un producto cuya marca les evocó sentimientos positivos. Las investigaciones muestran un efecto desproporcional del desempeño del producto y las expectativas sobre la satisfacción del mismo. El impacto negativo sobre la satisfacción del cliente cuando no se cumplen las expectativas es exageradamente más fuerte que el efecto positivo cuando se cubren las expectativas.

### ***Indicadores***

**Servicio deseado**, (Martín & Díaz, 2017) “es el nivel de servicio que el cliente espera recibir, es decir, sería el servicio ideal esperado”

**Servicio adecuado**, (Martín & Díaz, 2017) “es el nivel de servicio que el cliente considera aceptable, sería el servicio mínimo esperado”

## **2.3 Marco conceptual (variables y dimensiones)**

### **Calidad**

(Kurtz, 2012) señala que es la calidad que se espera percibir de un servicio, el cual tiene efecto en la competitividad de una empresa.

### **Competitividad**

(Perez & Jesús, 2016) La competitividad está asociada a la capacidad de una empresa para producir, mantener y aumentar su presencia y colaboración en mercados locales y mundiales, brindando más valor agregado para el consumidor del que ofrece la competencia.

### **Consumidores**

(Cavero, 2017) señala es aquella persona física o jurídica que adquieren, utilizan o disfrutan de producto o servicios como destinatarios finales o en beneficio familiar.

### **Liderazgo**

(Merlo, 2021, pág. 1271) Es la característica de un individuo que crea compromiso y credibilidad en las personas.

### **Marketing**

(Kotler & Keller, 2016, pág. 5) Trata de identificar y satisfacer las necesidades humanas y sociales. Una de las mejores y más cortas definiciones de marketing es, satisfacer las necesidades de manera rentable.

### **Mercado**

(Wells, Graddy, & Krugman, 2021) Es aquel en el que hay muchos compradores y muchos vendedores del mismo bien o servicio.

### **Objetivos**

(Método Marketing, s.f.) Es aquello que quieres lograr. En el ámbito empresarial llamamos objetivo a la formulación de un deseo medible y controlable en un plazo de tiempo. Definir un objetivo siempre (siempre) nos obliga a identificar el parámetro con el que vamos a medirlo.

### **Organización**

(Roldán, 2017) Es una asociación de personas que se relacionan entre sí y utilizan recursos de diversa índole con el fin de lograr determinados objetivos o metas. Una organización es una estructura ordenada donde coexisten e interactúan personas con diversos roles, responsabilidades o cargos que buscan alcanzar un objetivo particular.

### **Persuasión emocional**

(Escamilla, 2017) Es un concepto que se ha logrado capitalizar con la creación de piezas de publicidad emocionales que logran permanecer durante más tiempo en la memoria de las audiencias que son expuestas a estos anuncios.

### **Persuasión racional**

(Gobierno de España, ministerio de educación, s.f.). Concibe al consumidor como un individuo que actúa en función de causas y motivos que conoce. Sus decisiones obedecen al análisis y la comparación de la información obtenida sobre diferentes alternativas.

### **Productividad**

(Santaella, Jesús, 2022) Es un indicador económico que nos permite calcular y evaluar la capacidad que tiene la empresa de utilizar sus recursos disponibles para producir bienes o servicios rentables. Su cálculo nos permite ver cómo una empresa convierte insumos, como mano de obra, materiales, maquinaria y capital, en bienes y servicios o producción en un periodo de tiempo determinado.

**Satisfacción**

(Arenal, 2019, págs. 47 - 48) Es una variable compleja y subjetiva, es decir que se rige en muchas ocasiones por percepciones del cliente por lo que es difícil hacer una medición objetiva. A su vez, es compleja porque va pareja al cumplimiento de diferentes premisas a cumplir, precio, calidad, servicio, comodidad, etc.

**Servicio**

(Duque, 2005) señala, es una actividad intangible que una parte ofrece a otra, su producción puede estar vinculada a un producto físico.

**Valor agregado**

Es una característica extra que se le da a un producto o servicio, con el fin de darle un mayor valor comercial; generalmente se trata de una característica o servicio poco común, que puede darle a un negocio o empresa cierta diferenciación del resto de competidores. (Esucomex Instituto profesional, 2016, pág. 1).

### III. CAPÍTULO III: HIPÓTESIS

#### 3.1 Hipótesis General

Existe una relación directa y significativa entre calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 – Canta, 2021.

#### 3.2 Hipótesis Específicas

- 1) Existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y los sentimientos en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.
- 2) Existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y el desempeño percibido en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.
- 3) Existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y las expectativas en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.

#### 3.3 Variables (Definición Conceptual Y Operacional)

##### **Definición conceptual: V1 Calidad de Servicio**

(Palmar & Caliman, 2019) Citando a Hallo y Fajardo (2019) conceptualizan que la calidad de servicio es una de las variables fundamentales por los profesionales para la competitividad de una organización, más todavía si estas desean seguir en un mercado competitivo donde los consumidores buscan más que un producto, buscan experiencias

##### **Definición conceptual: V2 Satisfacción de los usuarios**

(Kotler & Keller, 2016) Definen a la satisfacción como un grupo de sentimientos de placer o decepción que se produce en una persona como efecto de equiparar el desempeño (o

resultado) percibido de un producto o servicio contra las expectativas. Si el rendimiento o la vivencia no cumplen con las expectativas, el comprador quedará insatisfecho; si son equivalentes a las expectativas, se sentirá satisfecho; si exceden las expectativas, el comprador se sentirá bastante satisfecho o deleitado

**Definición operacional: V1 Calidad de Servicio**

La V1 calidad de servicio se evalúa tomando en cuenta sus componentes: Competitividad de una organización, mercado competitivo y experiencias del cliente. El análisis estadístico de sus atributos se realiza mediante cuestionario basado en 20 reactivos tipo Lickert.

**Definición conceptual: V2 Satisfacción de los usuarios**

La V2 satisfacción de los usuarios se evalúa tomando en cuenta sus elementos: Sentimientos, desempeño percibido y expectativas. El análisis estadístico de sus atributos se realiza mediante cuestionario basado en 16 reactivos tipo Lickert..

## IV. CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

### 4.1 Método de Investigación

#### 4.1.1 Método general de investigación

(Arias, 2020, pág. 7) cita a Bunge (2004), que afirma el método es el procedimiento que se utiliza para abordar un Problema, cada problema tiene un método diferente o técnica diferente; el método en la investigación científica es aquel procedimiento que se aplica durante todo el desarrollo del estudio.

(Castillo, Gallo Carlos; Reyes, Tomala Brenda, 2015, pág. 116) El método deductivo, llamado también método de inferencia, este proceso de conocimiento implica partir de conclusiones generales para llegar a explicaciones específicas; analizar teorías verificadas, leyes y generalizaciones, para aplicarlas a hechos específicos.

La guía que orientó la presente investigación fue el método científico como método general y como método particular se utilizó el método deductivo.

### 4.2 Tipo de Investigación

(Rios, 2017, pág. 80) Sugiere que la investigación básica, llamada también pura o formal, es imprecisa y busca universalizar conocimientos teóricos, principios y leyes. Es la base de parta las investigaciones prácticas, pero no las desarrolla.

La investigación fue de tipo básica.

#### **Enfoque**

(Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez, 2014, pág. 97) Caracterizada por el uso de métodos y técnicas cuantitativas y por lo que debe la medición, el uso de dimensiones, la observación y medición de las unidades de estudio, muestreo y procesamiento estadístico. Este

enfoque o visión fue creado por Augusto Comte, Emilio Durkheim y Herbert Spencer, representantes del positivismo y después por el neopositivismo, positivismo lógico, el realismo crítico, representado por Alfred Ayer, Nagel, Hempel y Karl Popper, (Cerdeña, 1997:14).

El enfoque de la investigación fue cuantitativa.

### **4.3 Nivel de investigación o alcance**

(Arias, 2020, pág. 45) Cita a Ríos (2017), “este alcance se encarga de medir la relación entre dos variables, no determinan causas y efectos, pero puede ser un indicio para una investigación futura”.

(Castillo, Gallo Carlos; Reyes, Tomala Brenda, 2015, pág. 82) La investigación correlacional posee como objetivo decidir la relación y el nivel de asociación que existe entre las variables estudiadas, la correlación podría ser positiva, negativa o nula, se lo aplica en estudios cuantitativos.

La presente investigación fue de nivel o alcance correlacional.

### **4.4 Diseño de la Investigación**

(Arias, 2020, pág. 50) En el diseño no experimental no existen estímulos o condiciones experimentales a las que se sometan las variables de análisis, los sujetos del estudio son analizados en su entorno natural sin perturbar ninguna situación, de igual manera, no se manipulan las variables de análisis. Existen dos tipos dentro de este diseño: Transversal y longitudinal y la diferencia entre las dos es la época o el tiempo en que se realizan.

(Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez, 2014, pág. 343) El diseño de investigación de corte transversal, se usa cuando, en vez de hacer un seguimiento de una variable, a lo largo de 5 o más años, se estudia esta variable paralelamente en un solo año.

La presente investigación tuvo un diseño no experimental, de corte transversal.

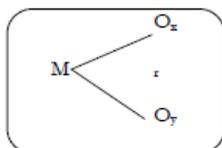
## Esquema

M: muestra

O1: observación de la variable 1 calidad de servicio.

O2: observación de la variable 2 satisfacción de los usuarios.

R: correlación entre las mencionadas variables.



## 4.5 Población Y Muestra –

### 4.5.1 Población

La población fue de las 24 últimas semanas que pasaron por el área de trámite documentario fueron de 44 usuarios, para atenderlos se cuenta con 6 colaboradores que trabajan de lunes a viernes en los horarios de 8:00 am a 12:30 m y de 01:45 pm a 05:35 pm, quienes se encuentran en las oficinas de Dirección, Gestión administrativa – AGA, Gestión Pedagógica – AGP y Gestión Institucional – AGI, trámite documentario.

La población estuvo compuesta por docentes, padres y directores de escuelas, quienes son los usuarios de los servicios que brinda la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12, Canta.

(Rios, 2017, pág. 89) La población o universo, es un grupo o la integridad de un conjunto de recursos, casos u objetos que se quiere investigar. Está definida por sus propiedades.

**Criterio de inclusión:** Para la investigación se incluyó a docentes, padres y directores de escuelas que concurren semanalmente como usuarios de los servicios de la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12, Canta.

(Salgado, Levano Cecilia, 2018, pág. 109) Cita a Garrido (2012) los criterios de inclusión son los que permiten determinar a los participantes que formarán parte poblacional del análisis.

**Criterios de exclusión:** Para la investigación se excluyó a proveedores, alumnos, docentes, padres y directores de escuelas que no concurren a la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12, Canta.

(Salgado, Levano Cecilia, 2018, pág. 109) Los criterios de exclusión especifican las limitaciones o propiedades por las cuales un participante puede ser eliminado.

Siendo la población real de 44 usuarios.

**Tabla 1**

Población

Usuarios	Cantidad
Docentes	26
Padres	8
Directores de escuelas	10
Total	44

#### 4.5.2 Muestra

##### **Muestra no probabilística por conveniencia**

(Arias, 2020, pág. 61) Señala que no se utiliza estadística alguna para poder seleccionar a la muestra mediante probabilidades, también señala, es intencional o por conveniencia por que se sigue criterios personales del investigador en seleccionar la muestra.

La elección de la muestra fue por conveniencia (Censal) debido a la disponibilidad y accesibilidad de los usuarios del servicio de la UGEL 12 Canta que en total suman 44.

## **4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **4.6.1 Técnicas de recolección de datos**

(Rios, 2017, pág. 101) señala que en la encuesta se definen equipos exactos que ofrecen respuesta a un número de específico de interrogantes Baker (1997).

La técnica que se utilizó fue la encuesta.

### **4.6.2 Instrumentos de recolección de datos**

(Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez, 2014, pág. 211) El cuestionario es un instrumento de la técnica de la encuesta, que se basa en formular un grupo sistemático de interrogantes escritas, en una cédula, relacionadas con la premisa de trabajo y por ende a las variables e indicadores de investigación. La finalidad del cuestionario es recoger la información para revisar las conjeturas de trabajo.

Para la recolección de datos se usó el cuestionario.

### **4.6.3 Confiabilidad y validez del instrumento**

La fiabilidad del instrumento se realizó a través del Alfa de Cronbach y la validez fue por juicio de experto.

## **4.7 Técnicas De Procesamiento Y Análisis De Datos**

### **4.7.1 Estadística Descriptiva**

(Arroyo, Morales Angélica, 2020, pág. 280) “Los datos o indicadores de hipótesis descriptivas recolectados y presentados en gráficos, cuadros, figuras, etc.”

Los datos obtenidos se presentaron en tablas de distribución de frecuencias, figuras con sus interpretaciones.

#### **4.7.2 Estadística inferencial**

(Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez, 2014, pág. 254) La Estadística inferencial llamada también inferencia estadística es la que apoya al investigador a dar sentido a sus resultados. Mientras que Sánchez-Reyes (110), señalan que la estadística inferencial, confronta dos o más conjuntos de datos para poder decidir si diferencia de potencial entre ellos son reales o se deben al azar.

Al tener datos no normales se aplicó un estadístico no paramétrico.

#### **4.8 Aspectos éticos de la investigación**

La investigación respetó el código de ética para la investigación científica 2019 de la universidad, en función de respetar los principios éticos bajo cualquier circunstancia para que no se mengüen los principios generales establecidos por la universidad. Los resultados obtenidos de las personas encuestadas fueron tratados de manera confidencial y se manipularon mediante un código por los investigadores. No se cometió plagio ni falsificación de documentos, tampoco se alteraron los datos. Considerando el valor de cada investigación por la propiedad intelectual y en acto de honestidad y respeto se procedió a citar a los autores consultados en la presente investigación. Así también se tomó en cuenta el Reglamento de Grados y Títulos de la facultad.

## V. CAPÍTULO V: RESULTADOS

### 5.1 Descripción de resultados

#### 5.1.1 Estadística descriptiva

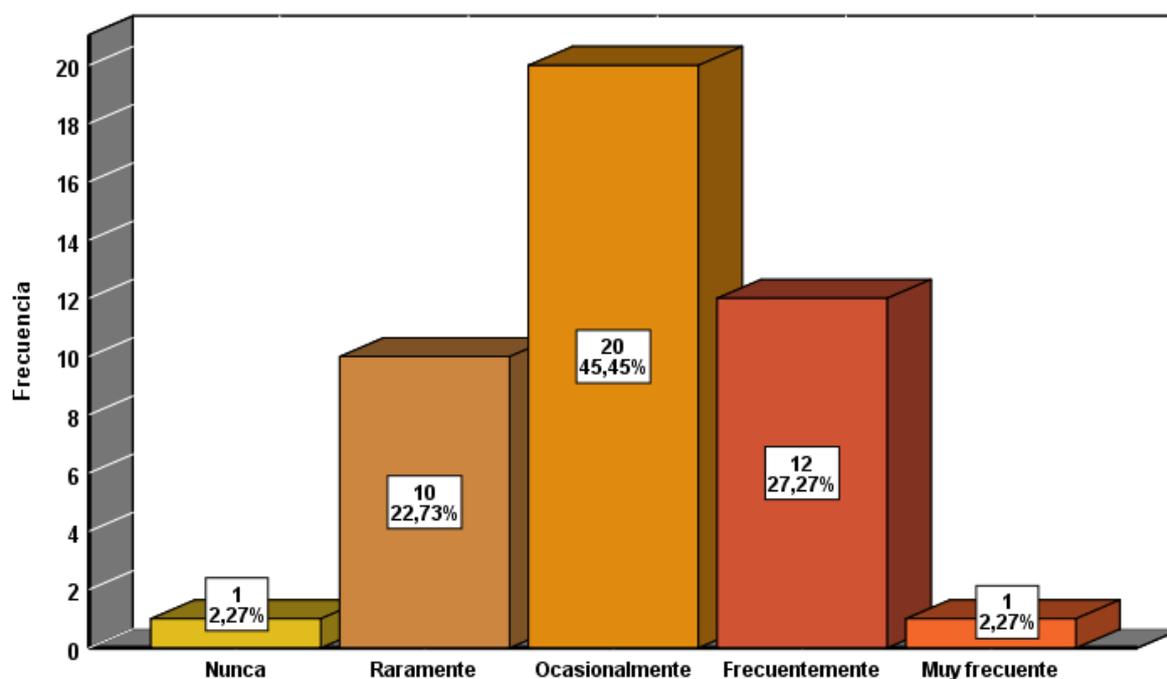
**Tabla 2**

**Pregunta 1 ¿Los servicios que brinda la institución a los usuarios es de calidad manteniéndolos satisfechos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2,27	2,27	2,27
Raramente	10	22,73	22,73	25,00
Ocasionalmente	20	45,45	45,45	70,45
Frecuentemente	12	27,27	27,27	97,72
Muy frecuente	1	2,28	2,28	100,00
Total	44	100,00	100,00	

**Figura 2**

**Pregunta 1 ¿Los servicios que brinda la institución a los usuarios es de calidad manteniéndolos satisfechos?**



**1 ¿Los servicios que brinda la institución a los usuarios es de calidad manteniéndolos satisfechos?**

**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 2,27% (1) contestaron nunca son de calidad y los mantiene satisfechos, el 22,73% (10) indicaron son de calidad y los mantiene satisfechos, el 45,45% (20) señalaron ocasionalmente son de calidad y los mantiene satisfechos, el 27,27% (12) manifestaron frecuentemente son de calidad y los mantiene satisfechos y el 2,27% (1) refirieron muy frecuente son de calidad y los mantiene satisfechos.

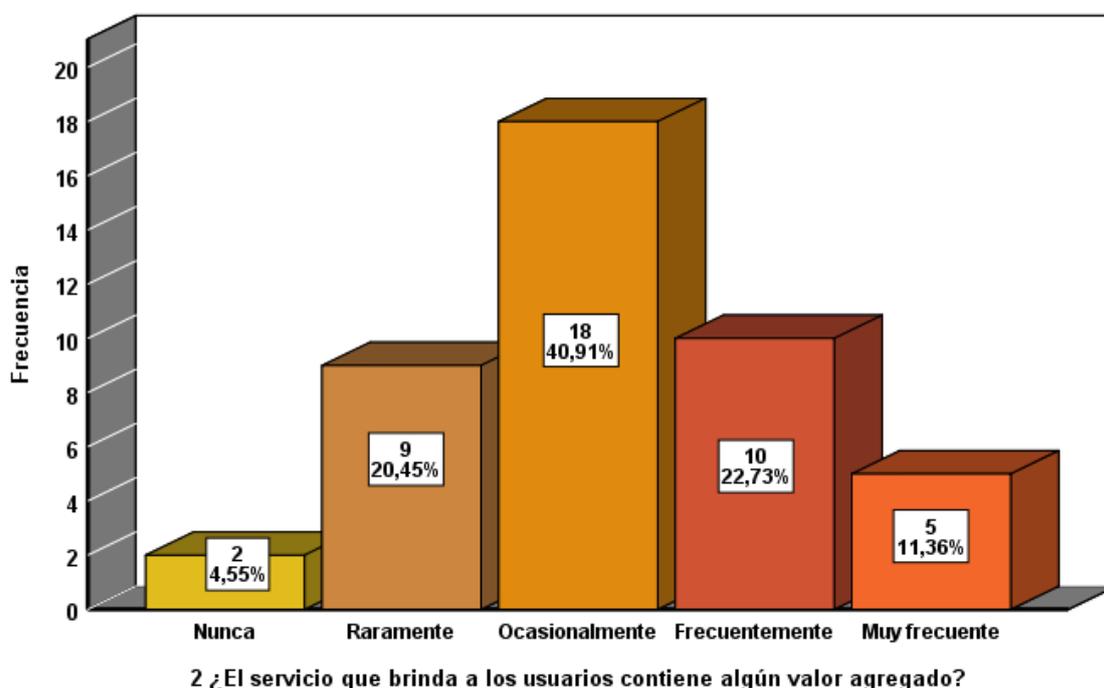
**Tabla 3**

**Pregunta 2 ¿El servicio que brinda a los usuarios contiene algún valor agregado?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	4,55	4,55	4,55
Raramente	9	20,45	20,45	25,00
Ocasionalmente	18	40,91	40,91	65,91
Frecuentemente	10	22,73	22,73	88,64
Muy frecuente	5	11,36	11,36	100,00
Total	44	100,00	100,00	

**Figura 3**

**Pregunta 2 ¿El servicio que brinda a los usuarios contiene algún valor agregado?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 4,55% (2) contestaron nunca contiene algún valor agregado, el 20,45% (9) indicaron raramente contiene algún valor agregado, el 40,91% (18) señalaron ocasionalmente contiene algún valor agregado, el 22,73% (10) manifestaron frecuentemente contiene algún valor agregado y el 11,36% (5) refirieron muy frecuente contiene algún valor agregado.

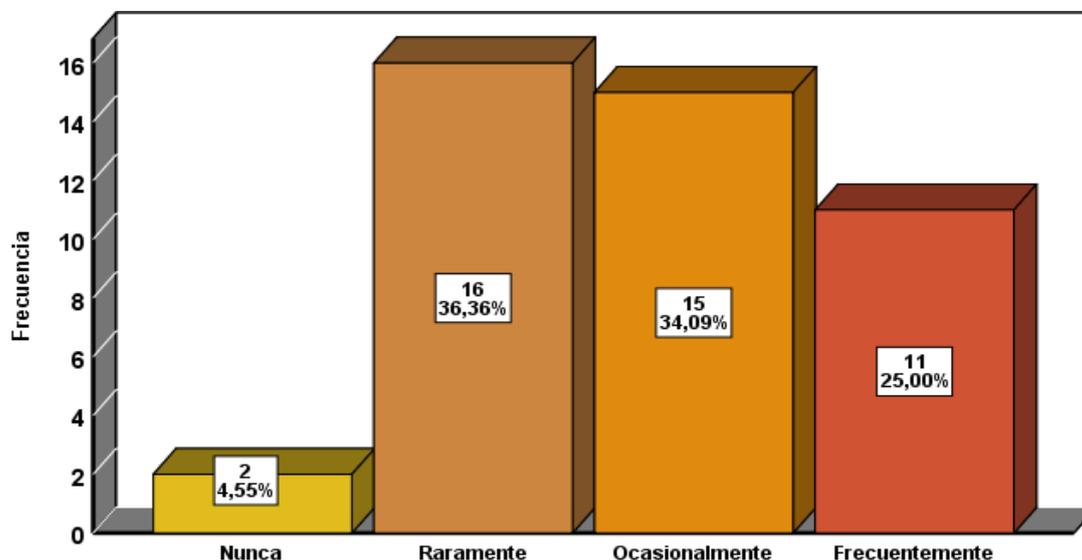
**Tabla 4**

**Pregunta 3 ¿El servicio brindado por la UGEL N°12 lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	4,55	4,55	4,55
Raramente	16	36,36	36,36	40,91
Válido Ocasionalmente	15	34,09	34,09	75,00
Frecuentemente	11	25,00	25,00	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Figura 4

Pregunta 3 ¿El servicio brindado por la UGEL N°12 lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad?



3 ¿El servicio brindado por la UGEL N°12 lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad?

**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 4,55% (2) contestaron nunca lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad, el 36,36% (16) indicaron raramente lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad, el 34,09% (15) señalaron ocasionalmente lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad y el 25,00% (11) manifestaron frecuentemente lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad.

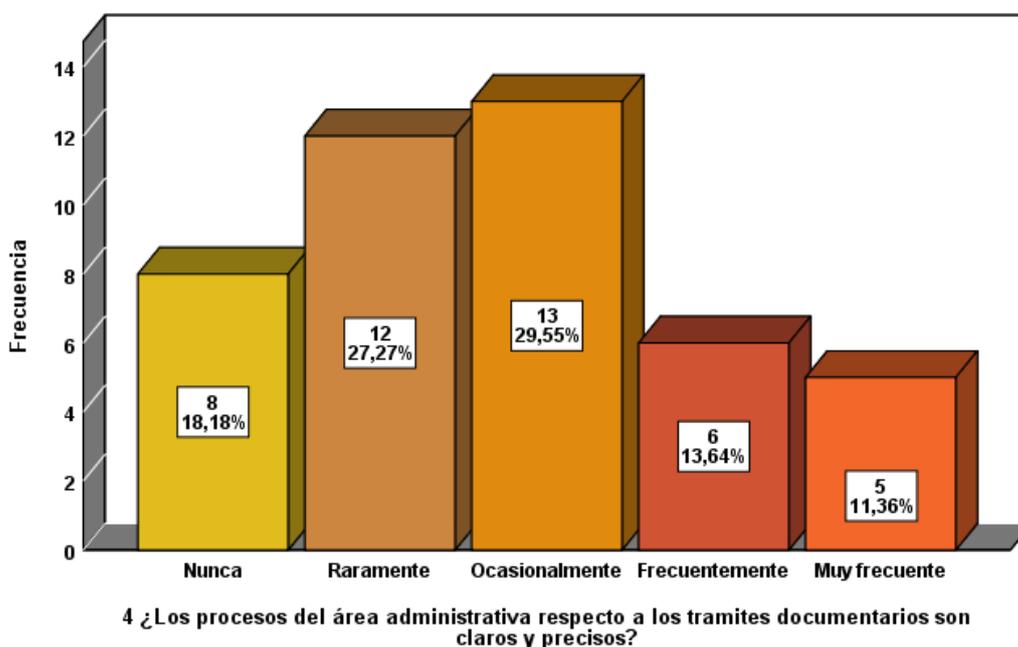
Tabla 5

**Pregunta 4 ¿Los procesos del área administrativa respecto a los tramites documentarios son claros y precisos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	8	18,18	18,18	18,18
Raramente	12	27,27	27,27	45,45
Ocasionalmente	13	29,55	29,55	75,00
Frecuentemente	6	13,64	13,64	88,64
Muy frecuente	5	11,36	11,36	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Figura 5

**Pregunta 4 ¿Los procesos del área administrativa respecto a los tramites documentarios son claros y precisos?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 18,18% 8() contestaron nunca los trámites documentarios son claros y precisos, el 27,27% (12) indicaron raramente los trámites documentarios son claros y precisos, el 29,55% (13) señalaron ocasionalmente los trámites documentarios son claros y precisos, el 13,64% 6() manifestaron frecuentemente

los trámites documentarios son claros y precisos y el 11,36% (5) refirieron muy frecuente los trámites documentarios son claros y precisos.

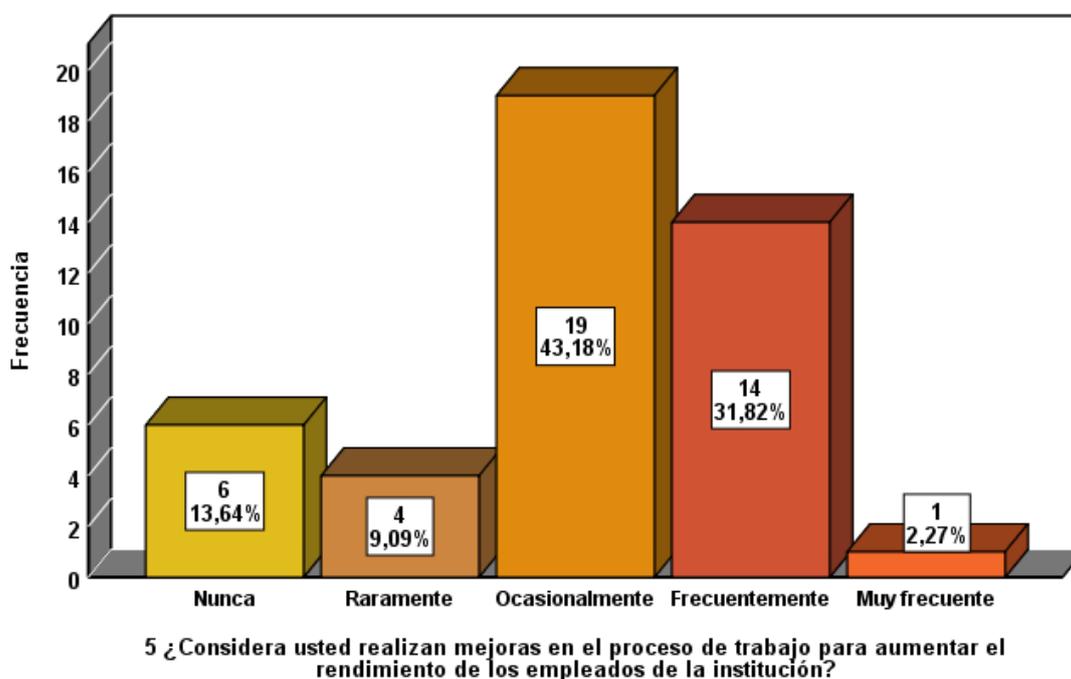
**Tabla 6**

**Pregunta 5 ¿Considera usted realizan mejoras en el proceso de trabajo para aumentar el rendimiento de los empleados de la institución?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	13,64	13,64	13,64
Raramente	4	9,09	9,09	22,73
Ocasionalmente	19	43,18	43,18	65,91
Frecuentemente	14	31,82	31,82	97,73
Muy frecuente	1	2,27	2,27	100,00
Total	44	100,00	100,00	

**Figura 6**

**Pregunta 5 ¿Considera usted realizan mejoras en el proceso de trabajo para aumentar el rendimiento de los empleados de la institución?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 13,64% (6) contestaron nunca los trámites documentarios son claros y precisos, el 9,09% (4) indicaron raramente los trámites documentarios son claros y precisos, el 43,18% (19) señalaron ocasionalmente los trámites documentarios son claros y precisos, el 31,82% (14) manifestaron frecuentemente los trámites documentarios son claros y precisos y el 2,27% (1) refirieron muy frecuente los trámites documentarios son claros y precisos.

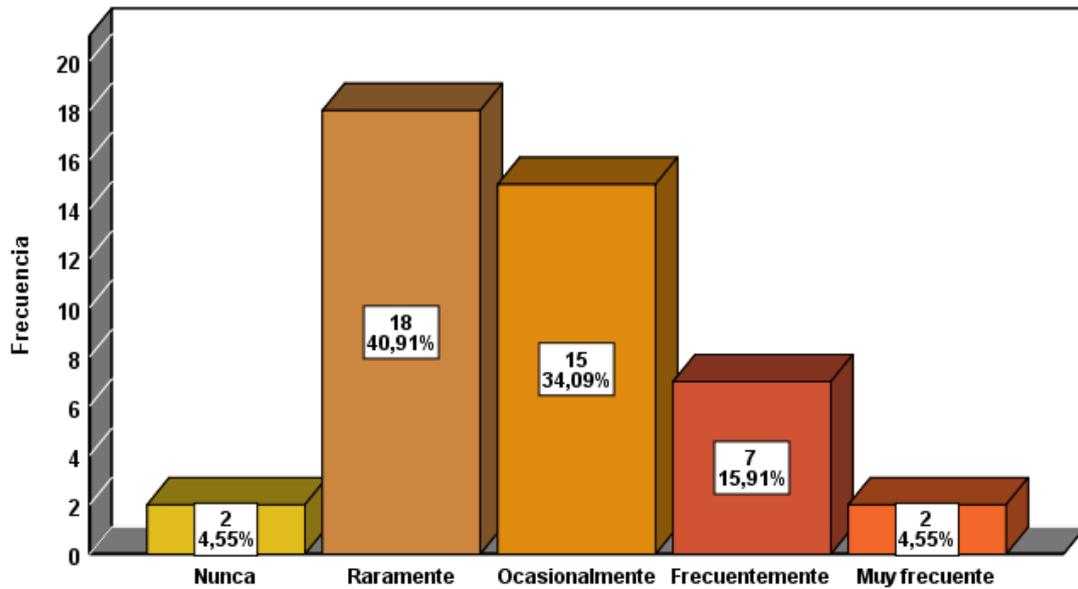
**Tabla 7**

**Pregunta 6 ¿En el desarrollo de un trabajo u objetivo a alcanzar por parte de los trabajadores buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	4,55	4,55	4,55
Raramente	18	40,91	40,91	45,46
Ocasionalmente	15	34,09	34,09	79,55
Frecuentemente	7	15,91	15,91	95,46
Muy frecuente	2	4,55	4,55	100,00
Total	44	100,00	100,00	

**Figura 7**

**Pregunta 6 ¿En el desarrollo de un trabajo u objetivo a alcanzar por parte de los trabajadores buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia?**



6 ¿En el desarrollo de un trabajo u objetivo a alcanzar por parte de los trabajadores buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia?

**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 4,55% (2) contestaron nunca buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia, el 40,91% (18) indicaron raramente buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia, el 34,09% (15) señalaron ocasionalmente buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia, el 15,91% (7) manifestaron frecuentemente buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia y el 4,55% (2) refirieron muy frecuente buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia.

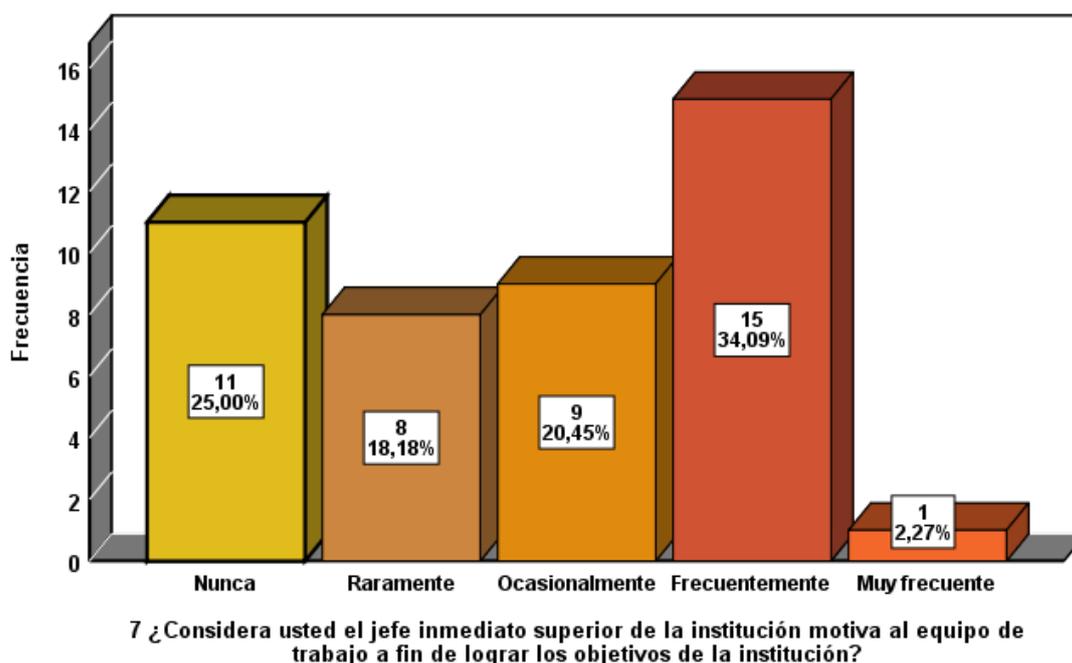
Tabla 8

**Pregunta 7 ¿Considera usted el jefe inmediato superior de la institución motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos de la institución?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	11	25,00	25,00	25,00
Raramente	8	18,18	18,18	43,18
Ocasionalmente	9	20,45	20,45	63,63
Frecuentemente	15	34,09	34,09	97,72
Muy frecuente	1	2,28	2,28	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Figura 8

**Pregunta 7 ¿Considera usted el jefe inmediato superior de la institución motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos de la institución?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 25,00% (11) contestaron nunca motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos, el 18,18% (8) indicaron raramente motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos, el 20,45% (9) señalaron ocasionalmente motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos, el 34,09% (15) manifestaron

frecuentemente motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos y el 2,28% (1) refirieron muy frecuente motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos.

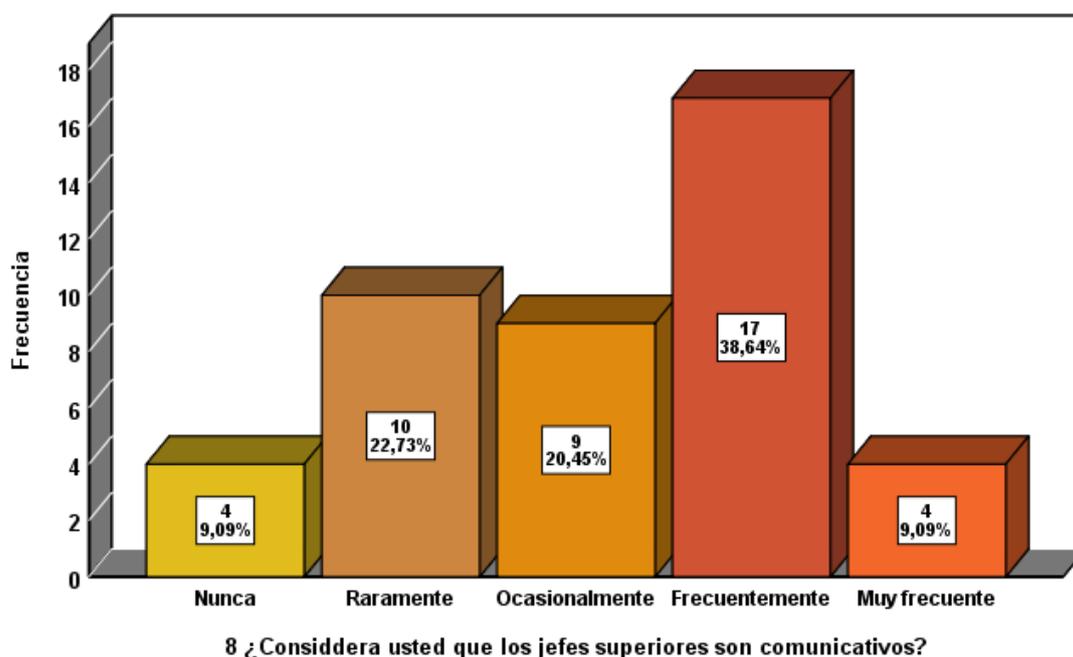
**Tabla 9**

**Pregunta 8 ¿Considera usted que los jefes superiores son comunicativos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	9,09	9,09	9,09
Raramente	10	22,73	22,73	31,82
Ocasionalmente	9	20,45	20,45	52,27
Frecuentemente	17	38,64	38,64	90,91
Muy frecuente	4	9,09	9,09	100,00
Total	44	100,00	100,00	

**Figura 9**

**Pregunta 8 ¿Considera usted que los jefes superiores son comunicativos?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 9,09% (4) contestaron nunca los jefes superiores son comunicativos, el 22,73% (10) indicaron raramente los jefes superiores son comunicativos, el 20,45% (9) señalaron ocasionalmente los jefes superiores son

comunicativos, el 38,64% (17) manifestaron frecuentemente los jefes superiores son comunicativos y el 9,09% (4) refirieron muy frecuente los jefes superiores son comunicativos.

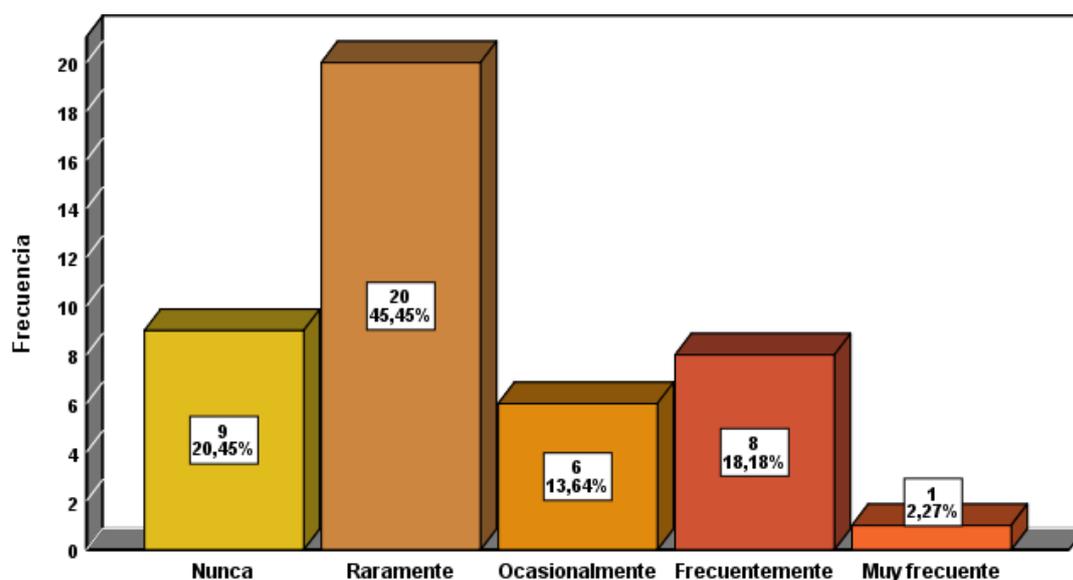
**Tabla 10**

**Pregunta 9 ¿Considera usted que la UGEL N°12 lleva un registro de la cantidad de atenciones que realizan a los usuarios?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	20,45	20,45	20,45
Raramente	20	45,45	45,45	65,90
Ocasionalmente	6	13,64	13,64	79,54
Frecuentemente	8	18,18	18,18	97,72
Muy frecuente	1	2,28	2,28	100,00
Total	44	100,00	100,00	

**Figura 10**

**Pregunta 9 ¿Considera usted que la UGEL N°12 lleva un registro de la cantidad de atenciones que realizan a los usuarios?**



**9 ¿Considera usted que la UGEL N°12 lleva un registro de la cantidad de atenciones que realizan a los usuarios?**

**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 20,45% (9) contestaron nunca lleva un registro de la cantidad de atenciones, el 45,45% (20) indicaron raramente lleva un registro de la cantidad de atenciones, el 13,64% (6) señalaron ocasionalmente lleva un registro de la cantidad de atenciones, el 18,18% (8) manifestaron frecuentemente lleva un registro de la cantidad de atenciones y el 2,28% (1) refirieron muy frecuente lleva un registro de la cantidad de atenciones.

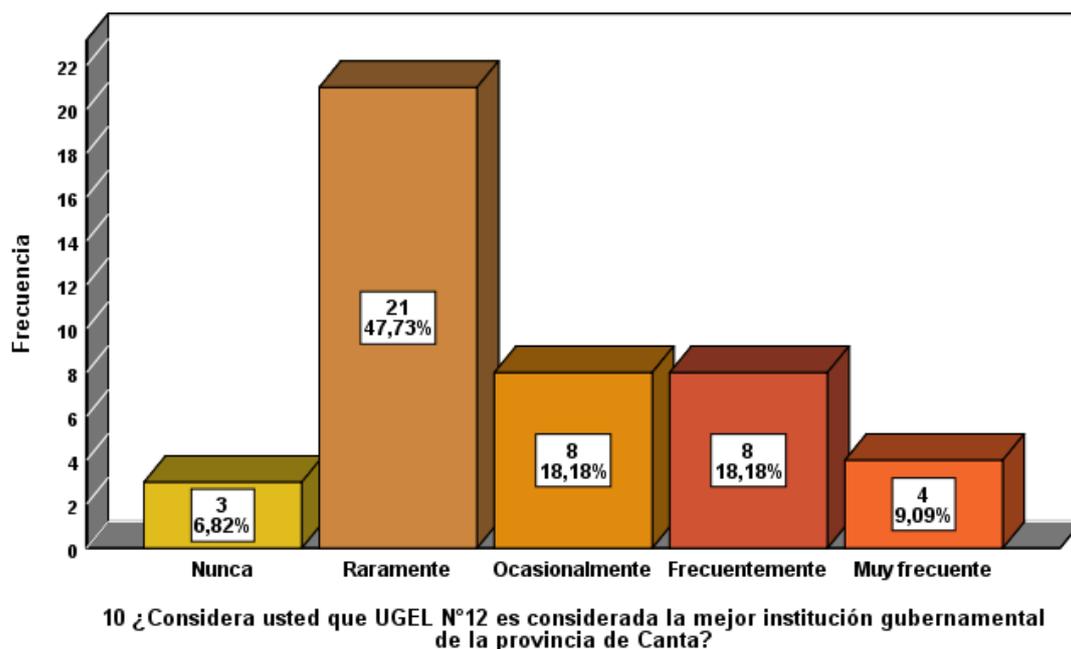
**Tabla 11**

**Pregunta 10 ¿Considera usted que UGEL N°12 es considerada la mejor institución gubernamental de la provincia de Canta?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	6,82	6,82	6,82
Raramente	21	47,73	47,73	54,55
Ocasionalmente	8	18,18	18,18	72,73
Frecuentemente	8	18,18	18,18	90,91
Muy frecuente	4	9,09	9,09	100,00
Total	44	100,00	100,00	

**Figura 11**

**Pregunta 10 ¿Considera usted que UGEL N°12 es considerada la mejor institución gubernamental de la provincia de Canta?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 6,82% (3) contestaron nunca es considerada la mejor institución gubernamental, el 47,73% (21) indicaron raramente es considerada la mejor institución gubernamental, el 18,18% (8) señalaron ocasionalmente es considerada la mejor institución gubernamental, el 18,18% (8) manifestaron frecuentemente es considerada la mejor institución gubernamental y el 9,09% (4) refirieron muy frecuente es considerada la mejor institución gubernamental.

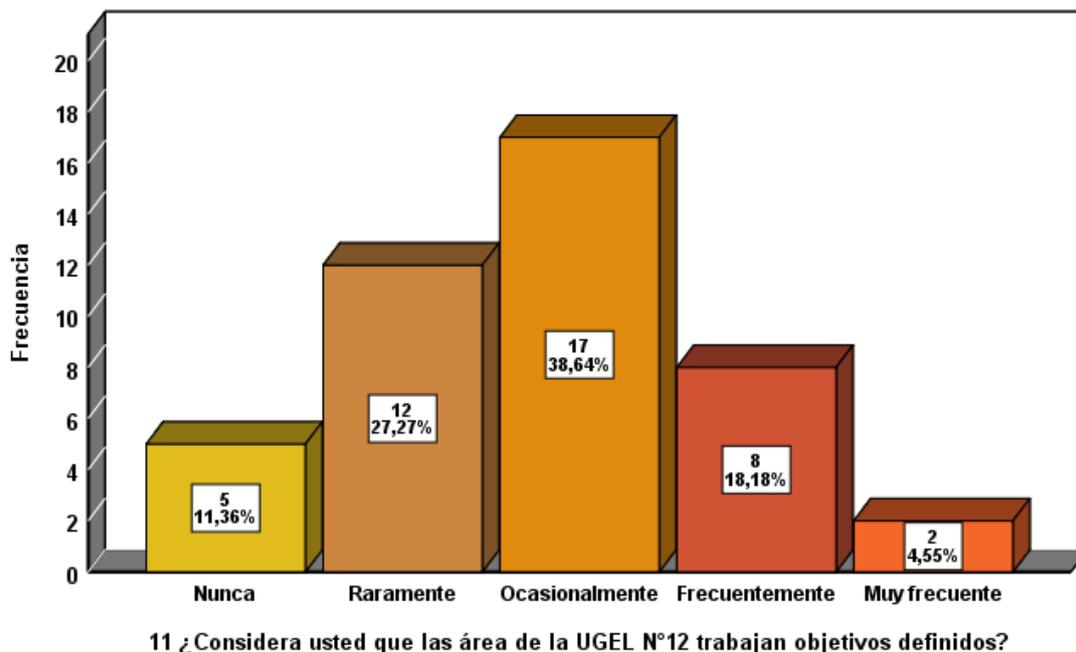
**Tabla 12**

**Pregunta 11 ¿Considera usted que las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	11,36	11,36	11,36
Raramente	12	27,27	27,27	38,63
Ocasionalmente	17	38,64	38,64	77,27
Frecuentemente	8	18,18	18,18	95,55
Muy frecuente	2	4,55	4,55	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Figura 12

Pregunta 11 ¿Considera usted que las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos?



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 11,36% (5) contestaron nunca las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos, el 27,27% (12) indicaron raramente las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos, el 38,64% (17) señalaron ocasionalmente las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos, el 18,18% (8) manifestaron frecuentemente las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos y el 4,55% (2) refirieron muy frecuente las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos.

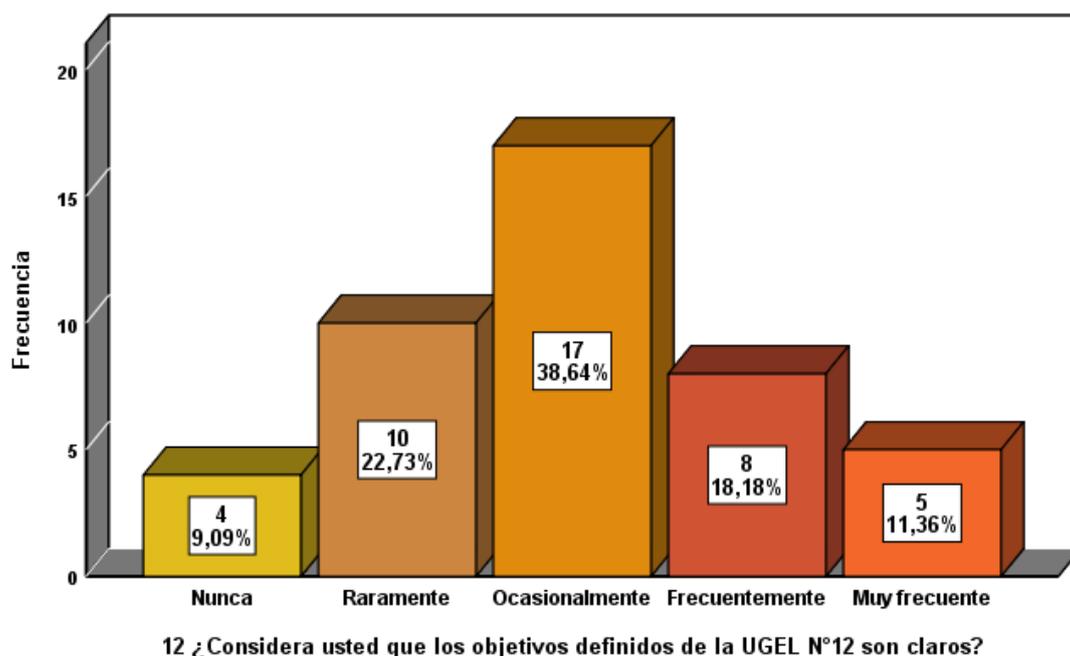
Tabla 13

Pregunta 12 ¿Considera usted que los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	9,09	9,09
	Raramente	10	22,73	31,82
	Ocasionalmente	17	38,64	70,46
	Frecuentemente	8	18,18	88,64
	Muy frecuente	5	11,36	100,00
	Total	44	100,00	100,00

**Figura 13**

**Pregunta 12 ¿Considera usted que los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 9,09% (4) contestaron nunca los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros, el 22,73% (10) indicaron raramente los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros, el 38,64% (17) señalaron ocasionalmente los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros, el 18,18% (8) manifestaron frecuentemente los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros y el 11,36% (5) refirieron muy frecuente los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros.

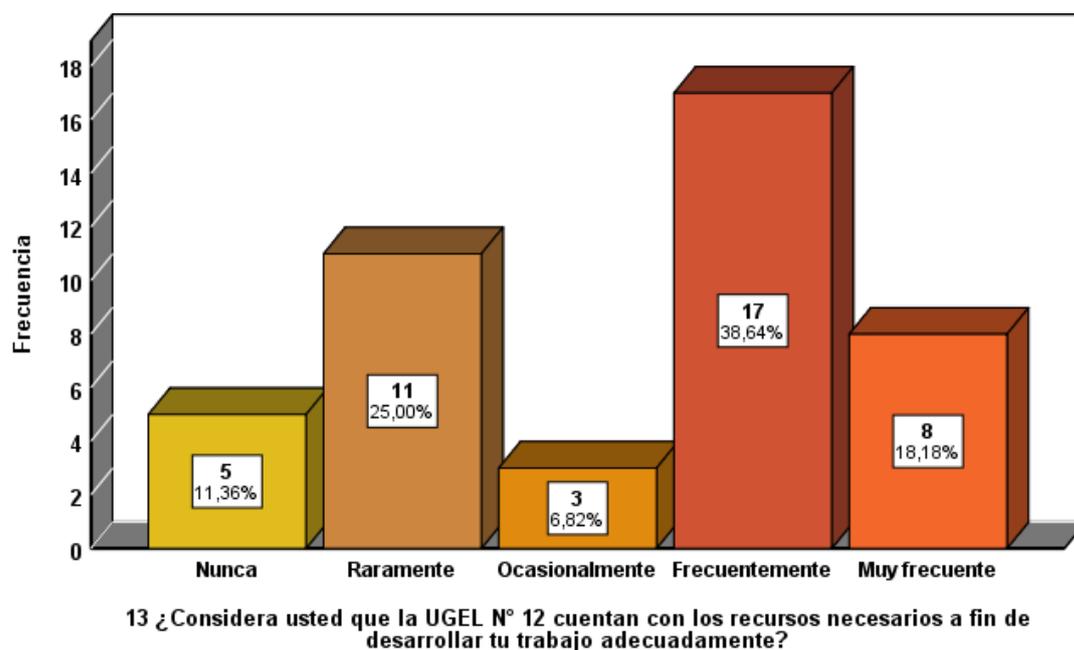
Tabla 14

**Pregunta 13 ¿Considera usted que la UGEL N° 12 cuentan con los recursos necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	11,36	11,36	11,36
Raramente	11	25,00	25,00	36,36
Ocasionalmente	3	6,82	6,82	43,18
Frecuentemente	17	38,64	38,64	81,82
Muy frecuente	8	18,18	18,18	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Figura 14

**Pregunta 13 ¿Considera usted que la UGEL N° 12 cuentan con los recursos necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 11,36% (5) contestaron nunca cuentan con los recursos necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente, el 25,00% (11) indicaron raramente cuentan con los recursos necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente, el 6,82% (3) señalaron ocasionalmente cuentan con los recursos

necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente, el 38,64% (17) manifestaron frecuentemente cuentan con los recursos necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente y el 18,18% (8) refirieron muy frecuente cuentan con los recursos necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente.

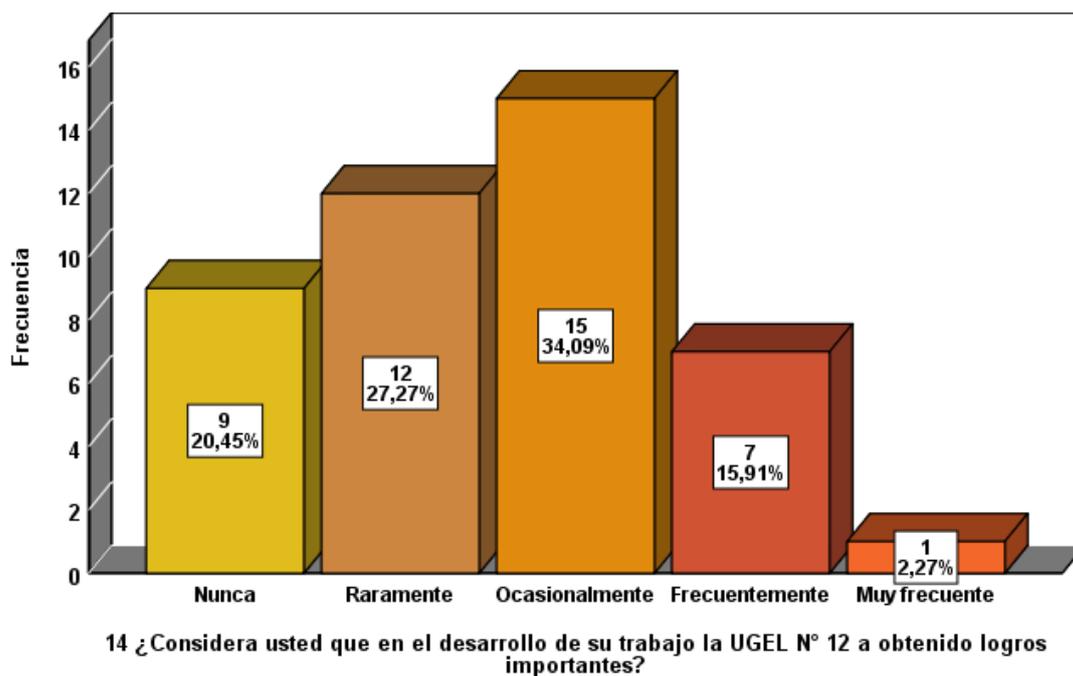
**Tabla 15**

**Pregunta 14 ¿Considera usted que en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	20,45	20,45	20,45
Raramente	12	27,27	27,27	47,72
Ocasionalmente	15	34,09	34,09	81,81
Frecuentemente	7	15,91	15,91	97,72
Muy frecuente	1	2,28	2,28	100,00
Total	44	100,00	100,00	

**Figura 15**

**Pregunta 14 ¿Considera usted que en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 20,45% (9) contestaron nunca en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes, el 27,27% (12) indicaron raramente en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes, el 34,09% (15) señalaron ocasionalmente en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes, el 15,91% (7) manifestaron frecuentemente en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes y el 2,28% (1) refirieron muy frecuente en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes.

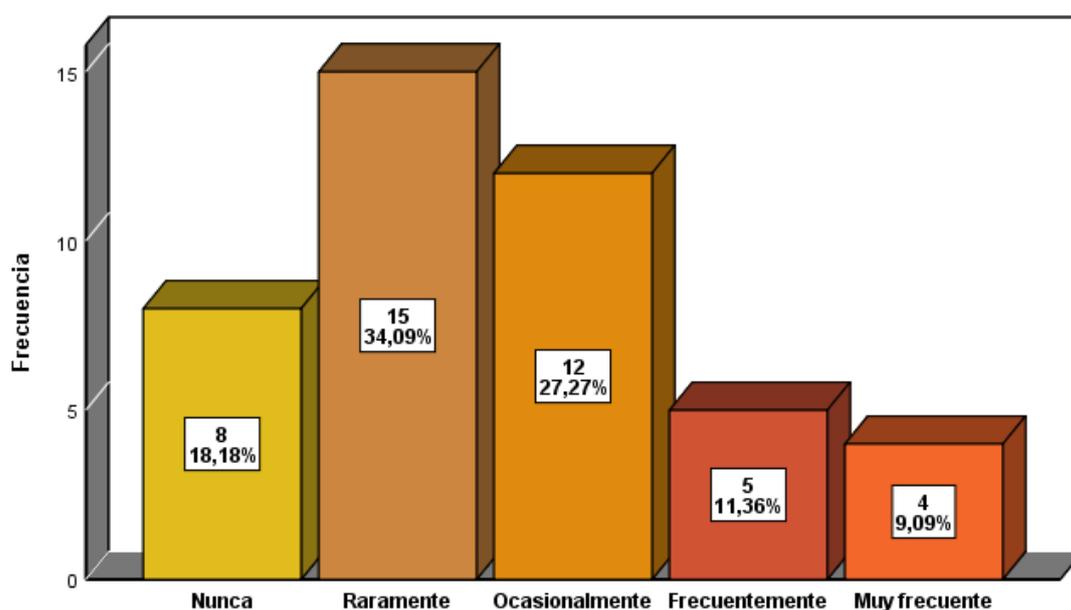
Tabla 16

**Pregunta 15 ¿Considera usted que la UGEL N°12 recibes constantes quejas de los usuarios?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	18,18	18,18
	Raramente	15	34,09	52,27
	Ocasionalmente	12	27,27	79,54
	Frecuentemente	5	11,36	90,90
	Muy frecuente	4	9,10	100,00
	Total	44	100,00	100,00

Figura 16

**Pregunta 15 ¿Considera usted que la UGEL N°12 recibe constantes quejas de los usuarios?**



15 ¿Considera usted que la UGEL N°12 recibes constantes quejas de los usuarios?

**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 18,18% (8) contestaron nunca recibe constantes quejas de los usuarios, el 34,09% (15) indicaron raramente recibe constantes quejas de los usuarios, el 27,27% (12) señalaron ocasionalmente recibe constantes quejas de los

usuarios, el 11,36% (5) manifestaron frecuentemente recibe constantes quejas de los usuarios y el 9,10% (4) refirieron muy frecuente recibe constantes quejas de los usuarios.

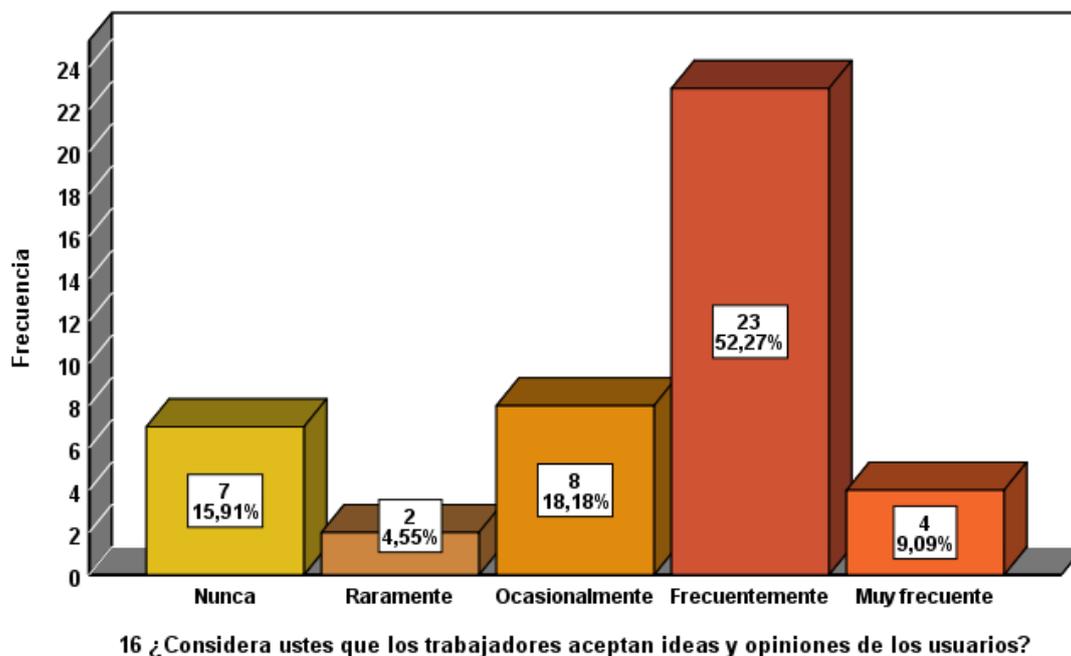
**Tabla 17**

**Pregunta 16 ¿Considera usted que los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	7	15,91	15,91	15,91
Raramente	2	4,55	4,55	20,56
Ocasionalmente	8	18,18	18,18	38,64
Frecuentemente	23	52,27	52,27	90,91
Muy frecuente	4	9,09	9,09	100,00
Total	44	100,00	100,00	

**Figura 17**

**Pregunta 16 ¿Considera usted que los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 15,91% (7) contestaron nunca los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios, el 4,55% (2) indicaron raramente los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios, el 18,18% (8) señalaron ocasionalmente los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios, el 52,27% (23) manifestaron frecuentemente los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios y el 9,09% (4) refirieron muy frecuente los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios.

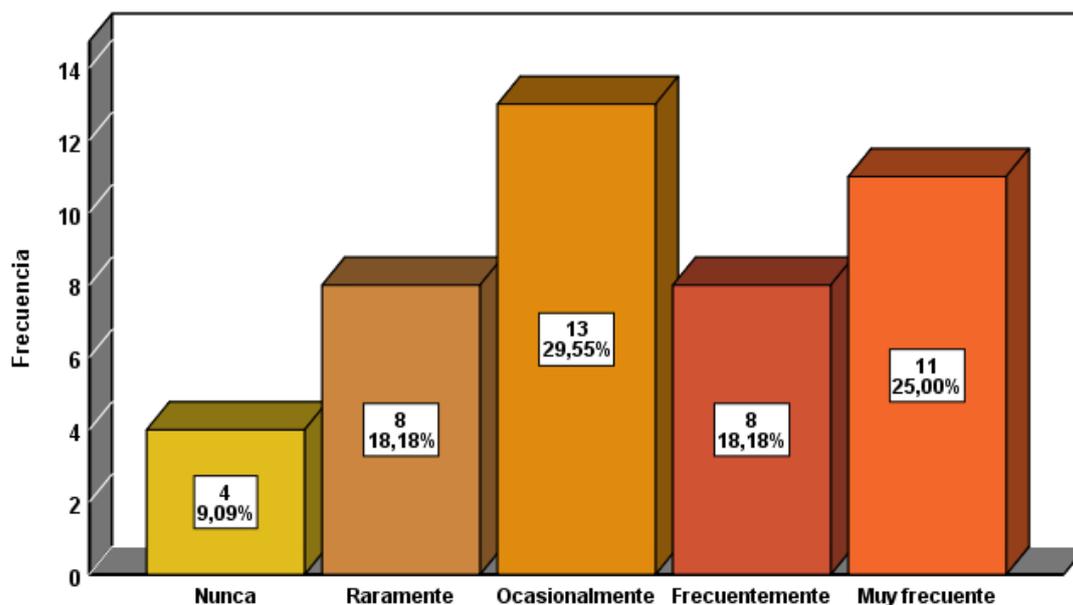
**Tabla 18**

**Pregunta 17 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	9,09	9,09	9,09
Raramente	8	18,18	18,18	27,27
Ocasionalmente	13	29,55	29,55	56,82
Frecuentemente	8	18,18	18,18	75,00
Muy frecuente	11	25,00	25,00	100,00
Total	44	100,00	100,00	

**Figura 18**

**Pregunta 17 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario?**



17 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario?

**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 9,09% (4) contestaron nunca mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario, el 18,18% (8) indicaron raramente mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario, el 29,55% (13) señalaron ocasionalmente mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario, el 18,18% (8) manifestaron frecuentemente mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario y el 25,00% (11) refirieron muy frecuente mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario.

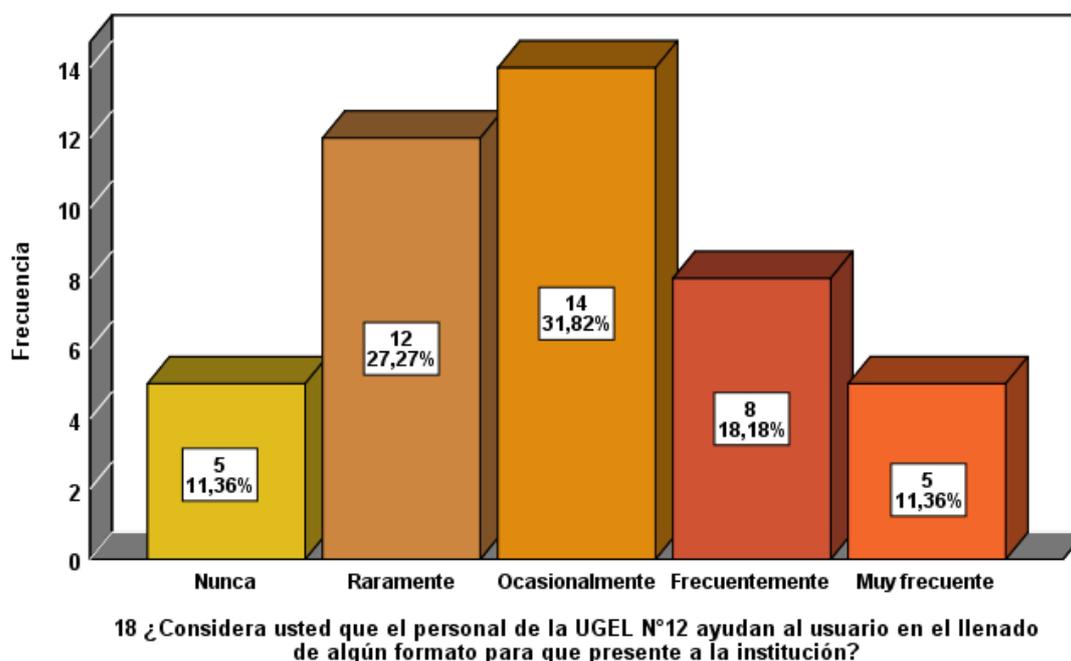
Tabla 19

**Pregunta 18 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 ayudan al usuario en el llenado de algún formato para que presente a la institución?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	11,36	11,36
	Raramente	12	27,27	38,63
	Ocasionalmente	14	31,82	70,45
	Frecuentemente	8	18,18	88,63
	Muy frecuente	5	11,37	100,00
	Total	44	100,00	100,00

Figura 19

**Pregunta 18 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 ayudan al usuario en el llenado de algún formato para que presente a la institución?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 11,36% (5) contestaron nunca ayudan al usuario en el llenado de algún formato, el 27,27% (12) indicaron raramente, ayudan al usuario en el llenado de algún formato el 31,82% (14) señalaron ocasionalmente ayudan al usuario en el llenado de algún formato, el 18,18% (8) manifestaron frecuentemente

ayudan al usuario en el llenado de algún formato y el 11,37% (5) refirieron muy frecuente ayudan al usuario en el llenado de algún formato.

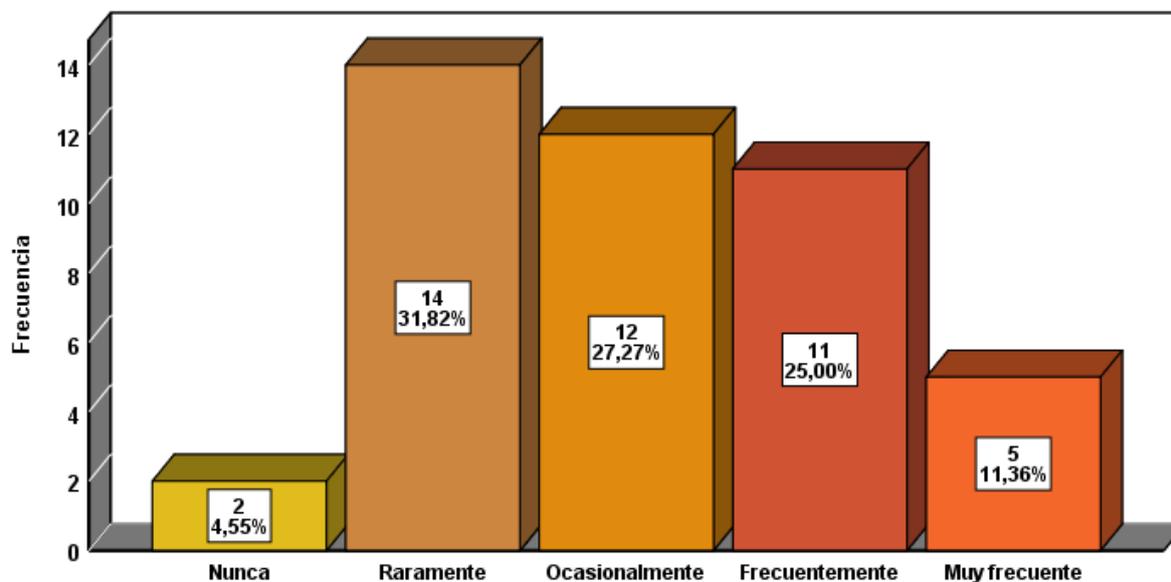
**Tabla 20**

**Pregunta 19 ¿Considera usted que el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	4,55	4,55
	Raramente	14	31,82	36,37
	Ocasionalmente	12	27,27	63,64
	Frecuentemente	11	25,00	88,64
	Muy frecuente	5	11,36	100,00
	Total	44	100,00	100,00

**Figura 20**

**Pregunta 19 ¿Considera usted que el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12?**



19 ¿Considera usted que el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12?

**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 4,55% (2) contestaron nunca el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12, el 31,82% (14) indicaron raramente el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12, el 27,27% (12) señalaron ocasionalmente el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12, el 25,00% (11) manifestaron frecuentemente el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12 y el 11,36% (5) refirieron muy frecuente el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12.

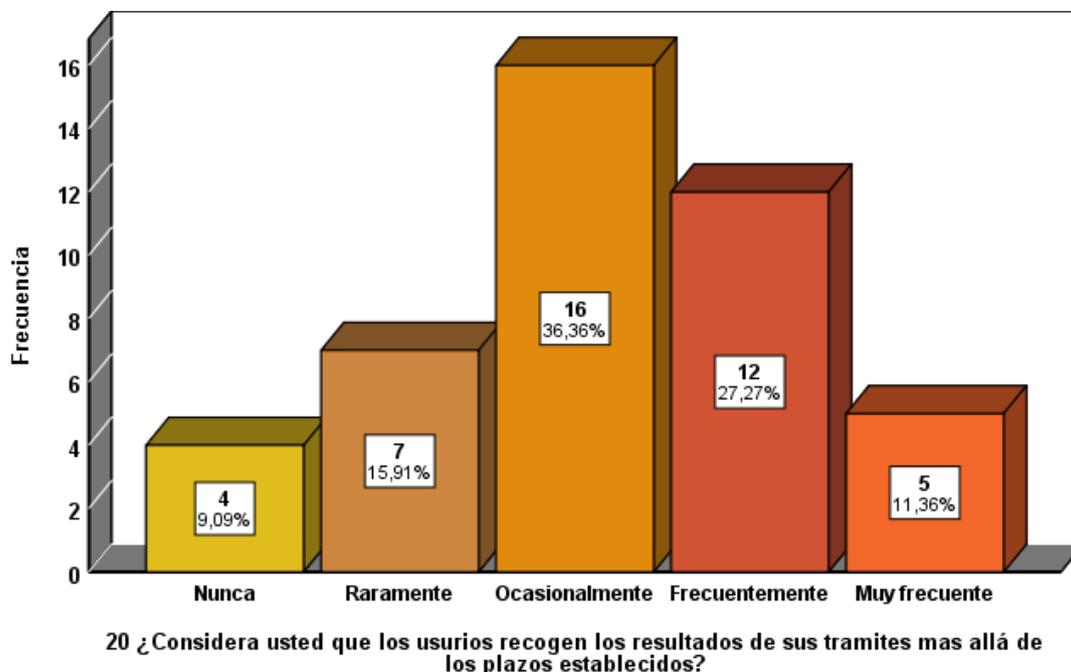
**Tabla 21**

**Pregunta 20 ¿Considera usted que los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	9,09	9,09
	Raramente	7	15,91	25,00
	Ocasionalmente	16	36,36	61,36
	Frecuentemente	12	27,27	88,63
	Muy frecuente	5	11,37	100,00
	Total	44	100,00	100,00

Figura 21

**Pregunta 20 ¿Considera usted que los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 9,09% (4) contestaron nunca los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos, el 15,91% (7) indicaron raramente los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos, el 36,36% (16) señalaron ocasionalmente los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos, el 27,27% (12) manifestaron frecuentemente los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos y el 11,37% (5) refirieron muy frecuente los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos.

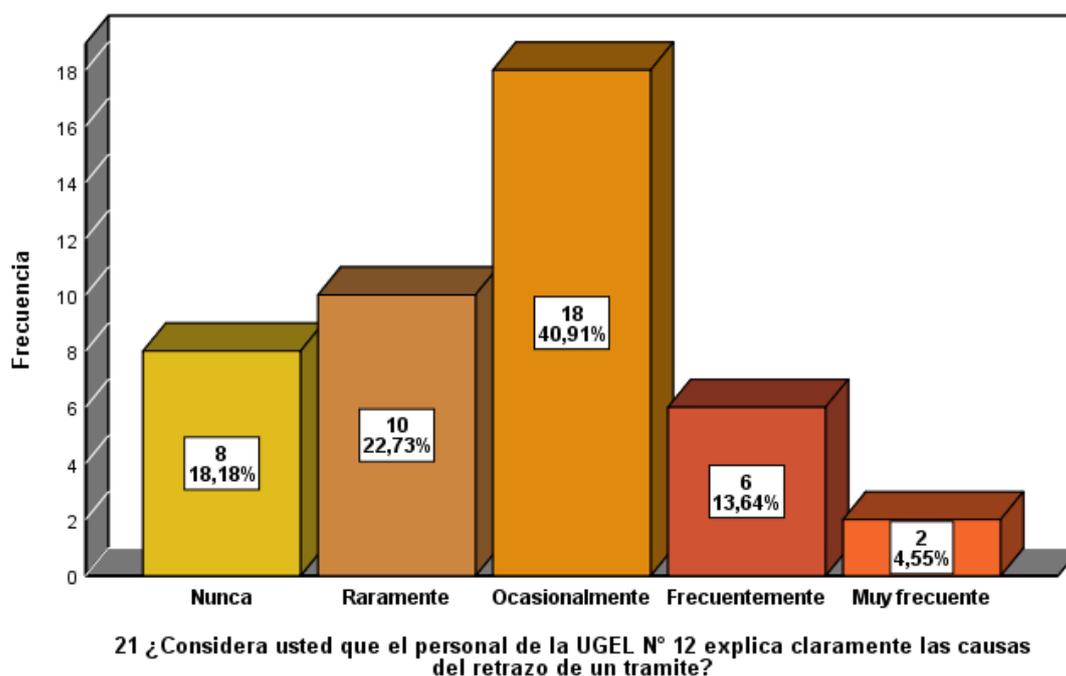
Tabla 22

**Pregunta 21 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	8	18,18	18,18	18,18
Raramente	10	22,73	22,73	40,91
Ocasionalmente	18	40,91	40,91	81,82
Frecuentemente	6	13,64	13,64	95,46
Muy frecuente	2	4,54	4,54	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Figura 22

**Pregunta 21 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 18,18% (8) contestaron nunca el personal de la UGEL N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite, el 22,73% (10) indicaron raramente el personal de la UGEL N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite, el 40,91% (18) señalaron ocasionalmente el personal de la UGEL

N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite, el 13,64% (6) manifestaron frecuentemente el personal de la UGEL N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite y el 4,54% (2) refirieron muy frecuente el personal de la UGEL N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite.

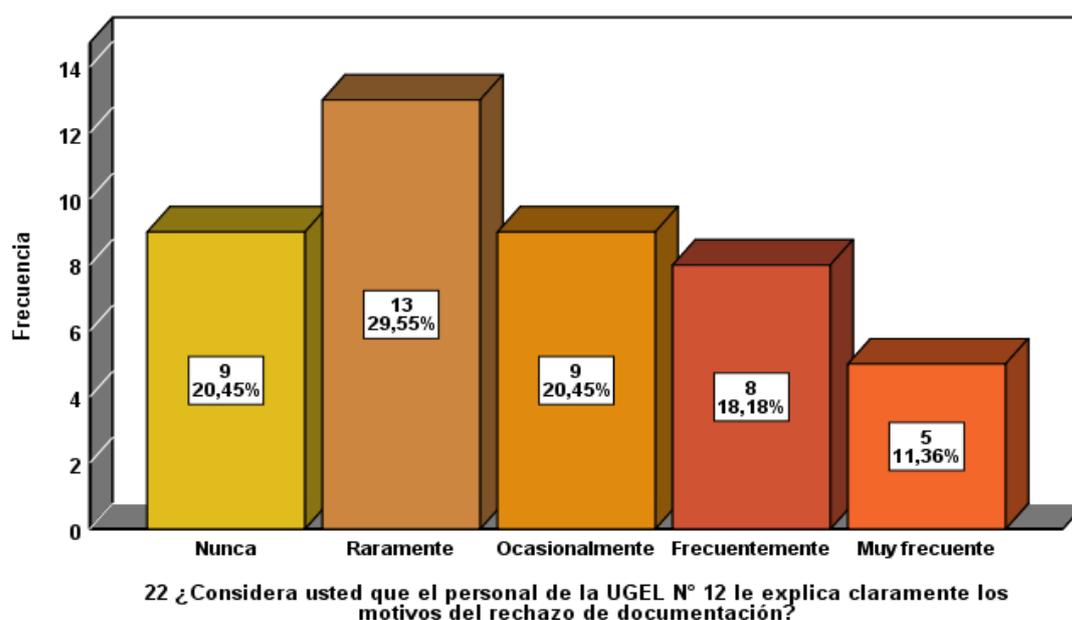
**Tabla 23**

**Pregunta 22 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	20,45	20,45	20,45
Raramente	13	29,55	29,55	50,00
Ocasionalmente	9	20,45	20,45	70,45
Frecuentemente	8	18,18	18,18	88,63
Muy frecuente	5	11,37	11,37	100,00
Total	44	100,00	100,00	

**Figura 23**

**Pregunta 22 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 20,45% (9) contestaron nunca el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación, el 29,55% (13) indicaron raramente el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación, el 20,45% (9) señalaron ocasionalmente el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación, el 18,18% (8) manifestaron frecuentemente el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación y el 11,37% (5) refirieron muy frecuente el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación.

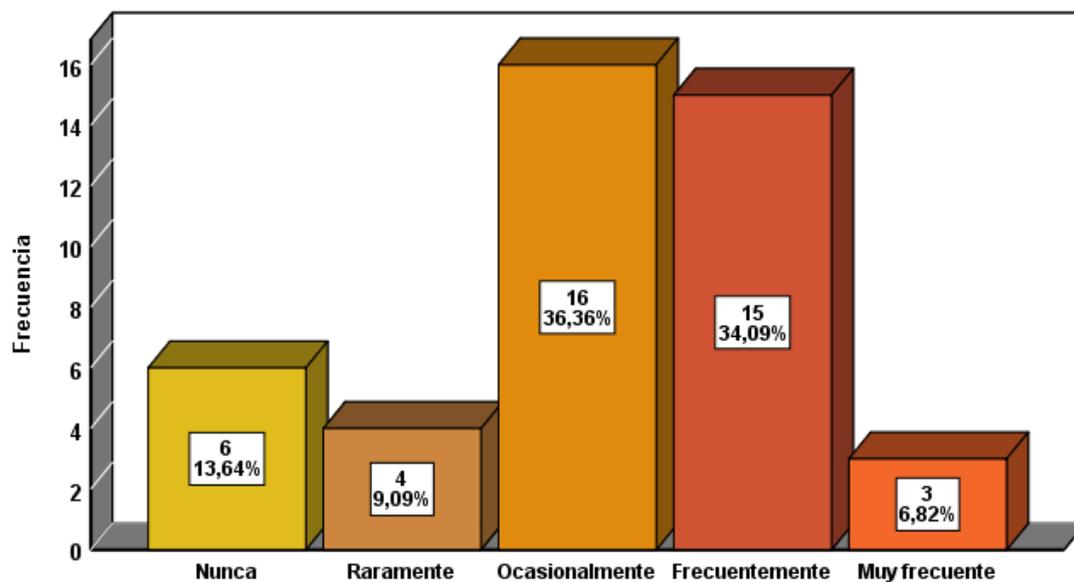
**Tabla 24**

**Pregunta 23 ¿Considera usted que cuando recibe una negativa de atención el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	13,64	13,64
	Raramente	4	9,09	22,73
	Ocasionalmente	16	36,36	59,09
	Frecuentemente	15	34,09	93,18
	Muy frecuente	3	6,82	100,00
	Total	44	100,00	100,00

Figura 24

**Pregunta 23 ¿Considera usted que cuando recibe una negativa de atención el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias?**



23 ¿Considera usted que cuando recibe una negativa de atención el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias?

**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 13,64% (6) contestaron nunca el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias, el 9,09% (4) indicaron raramente el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias, el 36,36% (16) señalaron ocasionalmente el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias, el 34,09% (15) manifestaron frecuentemente el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias y el 6,82% (3) refirieron muy frecuente el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias.

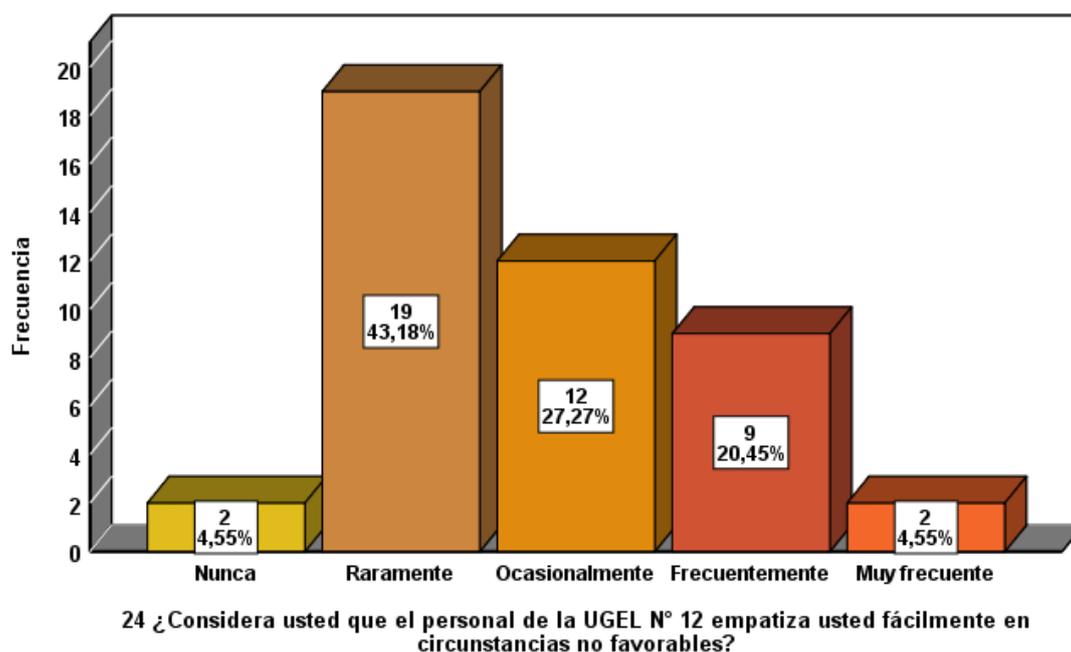
Tabla 25

**Pregunta 24 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	4,55	4,55	4,55
Raramente	19	43,18	43,18	47,73
Ocasionalmente	12	27,27	27,27	75,00
Frecuentemente	9	20,45	20,45	95,45
Muy frecuente	2	4,55	4,55	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Figura 25

**Pregunta 24 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 4,55% (2) contestaron nunca el personal de la UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables, el 43,18% (19) indicaron raramente el personal de la UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables, el 27,27% (12) señalaron ocasionalmente el personal de la

**UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables, el 20,45% (9) manifestaron frecuentemente el personal de la UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables y el 4,55% (2) refirieron muy frecuente el personal de la UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables.**

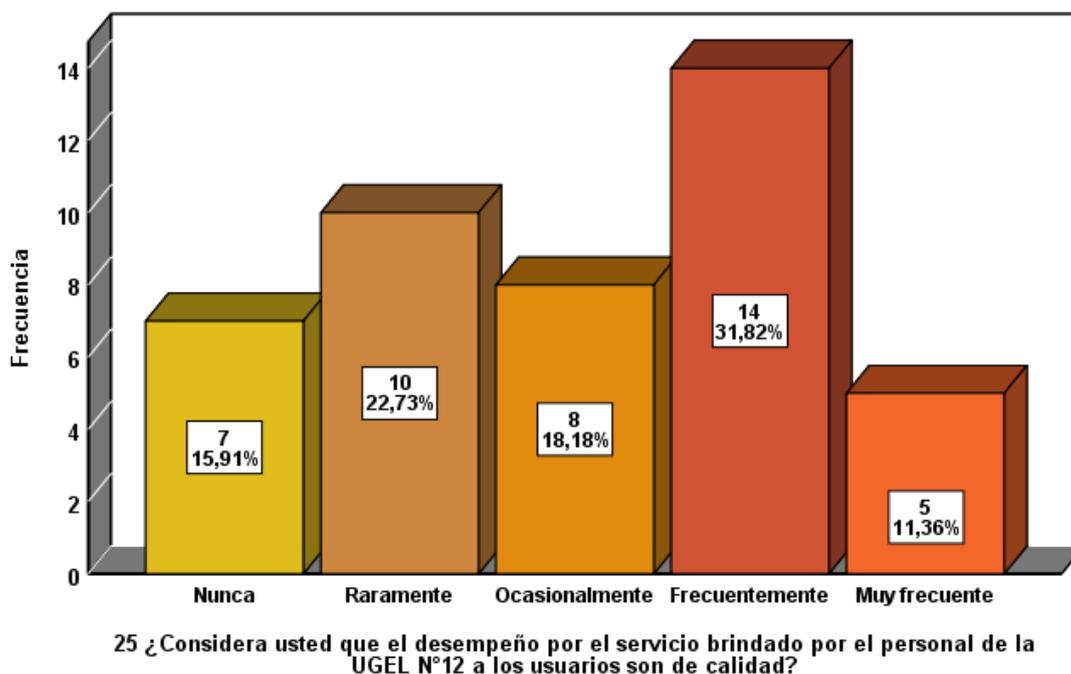
**Tabla 26**

**Pregunta 25 ¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	15,91	15,91
	Raramente	10	22,73	38,64
	Ocasionalmente	8	18,18	56,82
	Frecuentemente	14	31,82	88,64
	Muy frecuente	5	11,36	100,00
	Total	44	100,00	100,00

**Figura 26**

**Pregunta 25 ¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 15,91% (7) contestaron nunca el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad, el 22,73% (10) indicaron raramente el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad, el 18,18% (8) señalaron ocasionalmente el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad, el 31,82% (14) manifestaron frecuentemente el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad y el 11,36% (5) refirieron muy frecuente el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad.

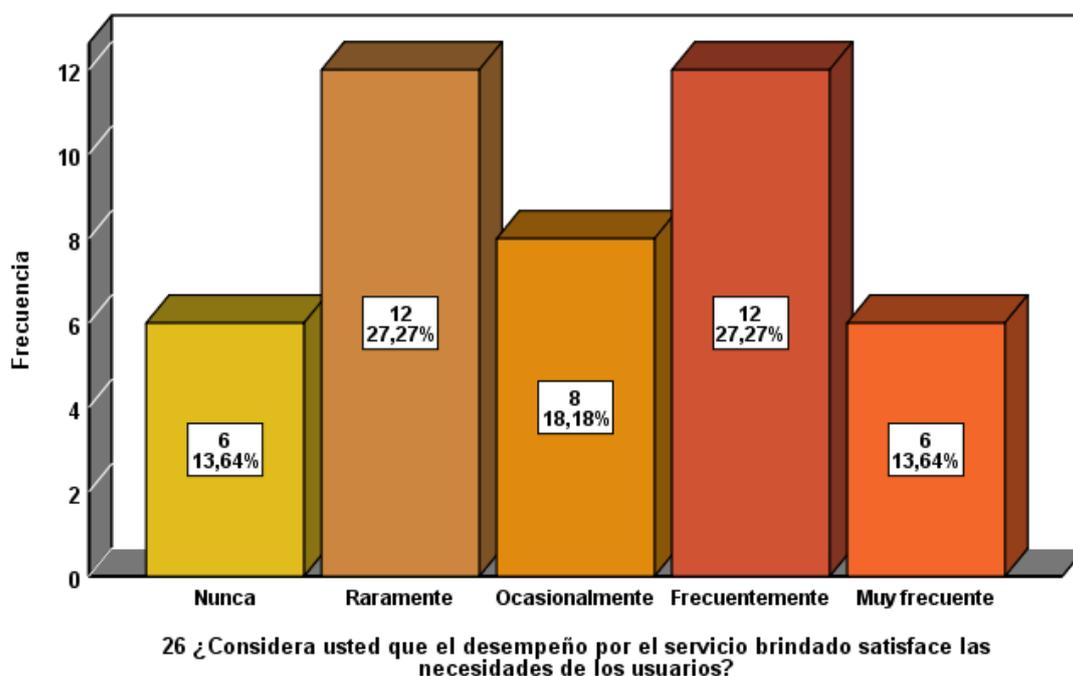
Tabla 27

**Pregunta 26 ¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado satisface las necesidades de los usuarios?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	13,64	13,64	13,46
Raramente	12	27,27	27,27	40,91
Ocasionalmente	8	18,18	18,18	59,09
Frecuentemente	12	27,27	27,27	86,36
Muy frecuente	6	13,64	13,64	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Figura 27

**Pregunta 26 ¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado satisface las necesidades de los usuarios?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 13,64% (6) contestaron nunca el desempeño por el servicio brindado satisface las necesidades de los usuarios, el 27,27% (12) indicaron raramente el desempeño por el servicio brindado satisface las necesidades de los usuarios, el 18,18% (8) señalaron ocasionalmente el desempeño por el servicio brindado satisface

las necesidades de los usuarios, el 27,27% (12) manifestaron frecuentemente el desempeño por el servicio brindado satisface las necesidades de los usuarios y el 13,64% (6) refirieron muy frecuente el desempeño por el servicio brindado satisface las necesidades de los usuarios.

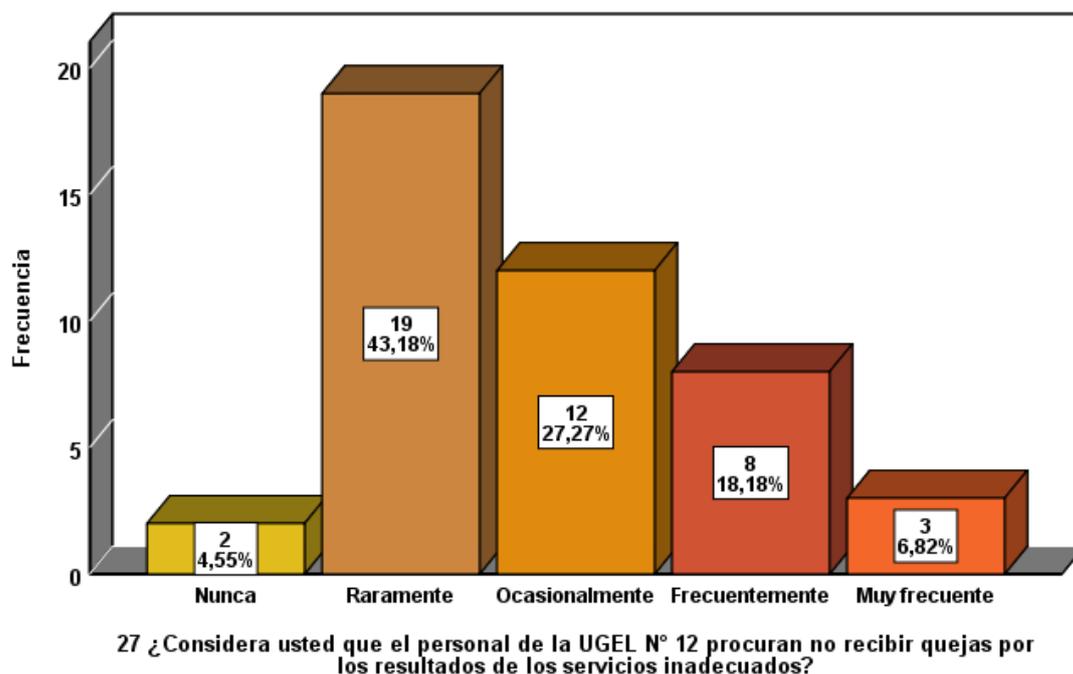
**Tabla 28**

**Pregunta 27 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	4,55	4,55	4,55
Raramente	19	43,18	43,18	47,73
Ocasionalmente	12	27,27	27,27	75,00
Frecuentemente	8	18,18	18,18	93,18
Muy frecuente	3	6,82	6,82	100,00
Total	44	100,00	100,00	

**Figura 28**

**Pregunta 27 ¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 4,55% (2) contestaron nunca el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados, el 43,18% (19) indicaron raramente el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados, el 27,27% (12) señalaron ocasionalmente el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados, el 18,18% (8) manifestaron frecuentemente el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados y el 6,82% (3) refirieron muy frecuente el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados.

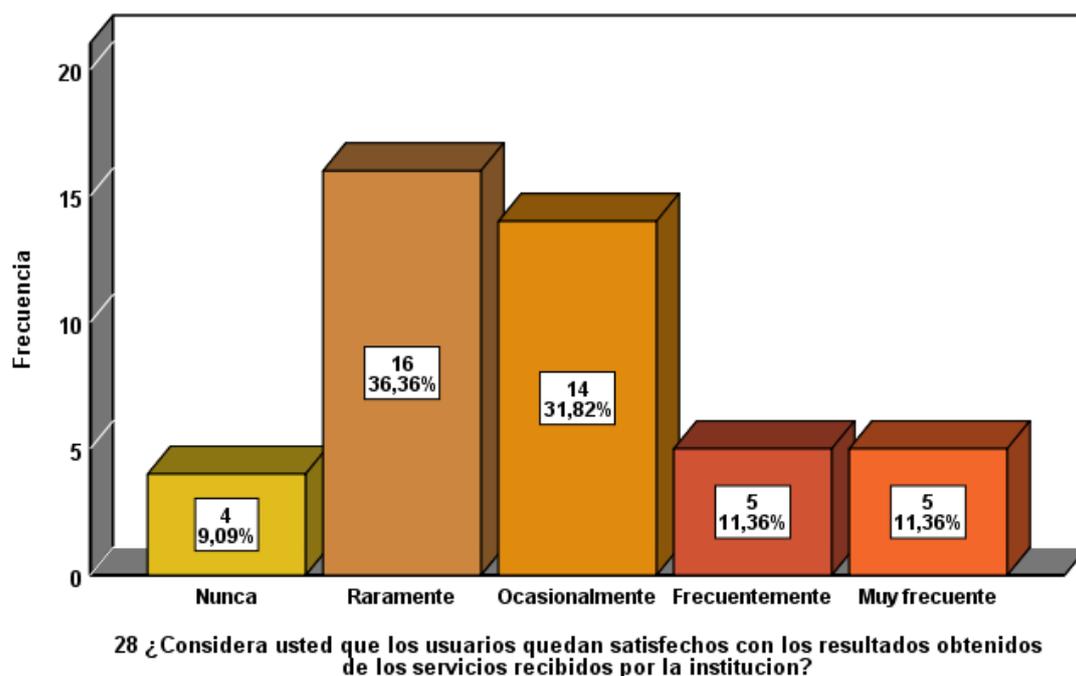
Tabla 29

**Pregunta 28 ¿Considera usted que los usuarios quedan satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos por la institución?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	9,09	9,09	9,09
Raramente	16	36,36	36,36	45,45
Ocasionalmente	14	31,82	31,82	77,27
Frecuentemente	5	11,36	11,36	88,63
Muy frecuente	5	11,37	11,37	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Figura 29

**Pregunta 28 ¿Considera usted que los usuarios quedan satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos por la institución?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 9,09% (4) contestaron nunca los usuarios quedan satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos, el 36,36% (16) indicaron raramente los usuarios quedan satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos, el 31,82% (14) señalaron ocasionalmente los usuarios quedan

satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos, el 11,36% (5) manifestaron frecuentemente los usuarios quedan satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos y el 11,36% (5) refirieron muy frecuente los usuarios quedan satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos.

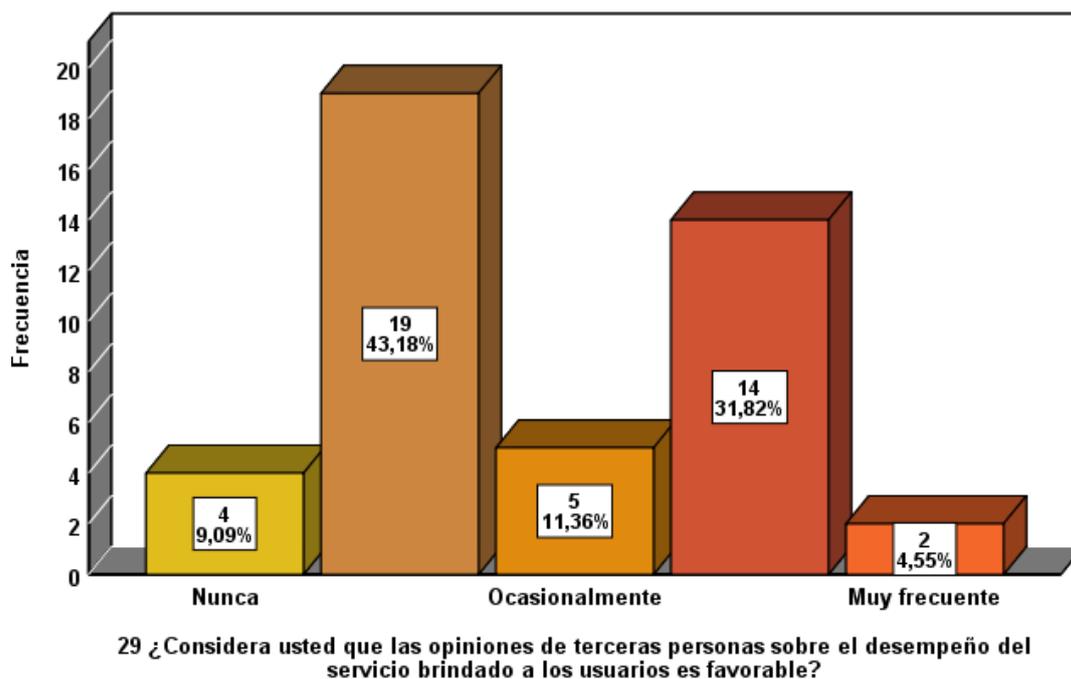
**Tabla 30**

**Pregunta 29 ¿Considera usted que las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios son favorables?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	9,09	9,09	9,09
Raramente	19	43,18	43,18	52,27
Ocasionalmente	5	11,36	11,36	63,63
Frecuentemente	14	31,82	31,82	95,45
Muy frecuente	2	4,55	4,55	100,00
Total	44	100,00	100,00	

**Figura 30**

**Pregunta 29 ¿Considera usted que las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios son favorables?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 9,09% (4) contestaron nunca las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios son favorables, el 43,18% (19) indicaron raramente las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios son favorables, el 11,36% (5) señalaron ocasionalmente las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios son favorables, el 31,82% (14) manifestaron frecuentemente las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios son favorables y el 4,55% (2) refirieron muy frecuente las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios son favorables.

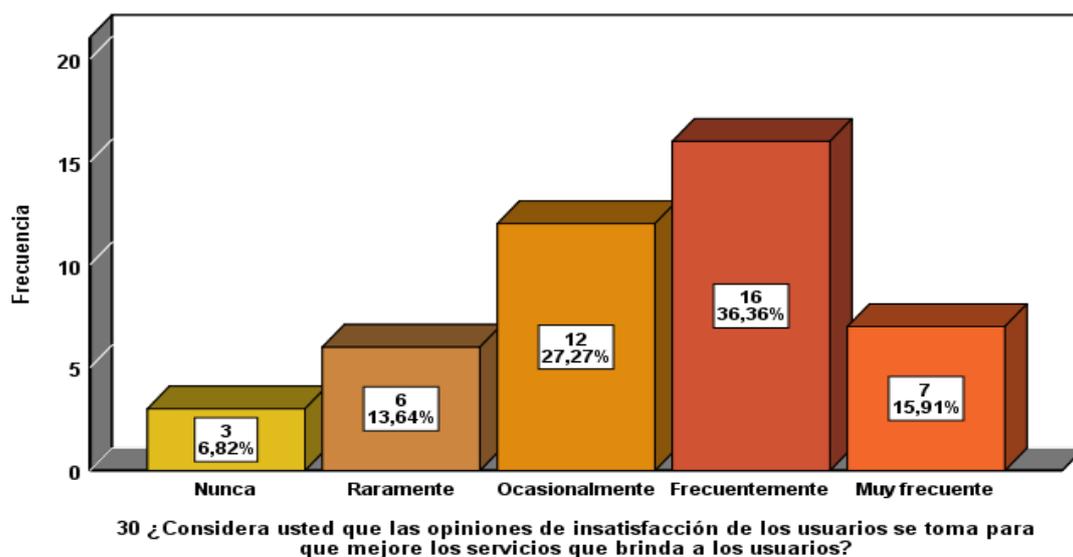
Tabla 31

**Pregunta 30 ¿Considera usted que las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toman para que mejore los servicios que brinda a los usuarios?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	6,82	6,82	6,82
Raramente	6	13,64	13,64	20,46
Ocasionalmente	12	27,27	27,27	47,73
Frecuentemente	16	36,36	36,36	84,09
Muy frecuente	7	15,91	15,91	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Figura 31

**Pregunta 30 ¿Considera usted que las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toman para que mejore los servicios que brinda a los usuarios?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 6,82% (3) contestaron nunca las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toman para que mejore los servicios que brinda, el 13,64% (6) indicaron raramente las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toman para que mejore los servicios que brinda, el 27,27% (12) señalaron ocasionalmente las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toman para que mejore los servicios que

brinda, el 36,36% (16) manifestaron frecuentemente las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toman para que mejore los servicios que brinda y el 15,91% (7) refirieron muy frecuente las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toman para que mejore los servicios que brinda.

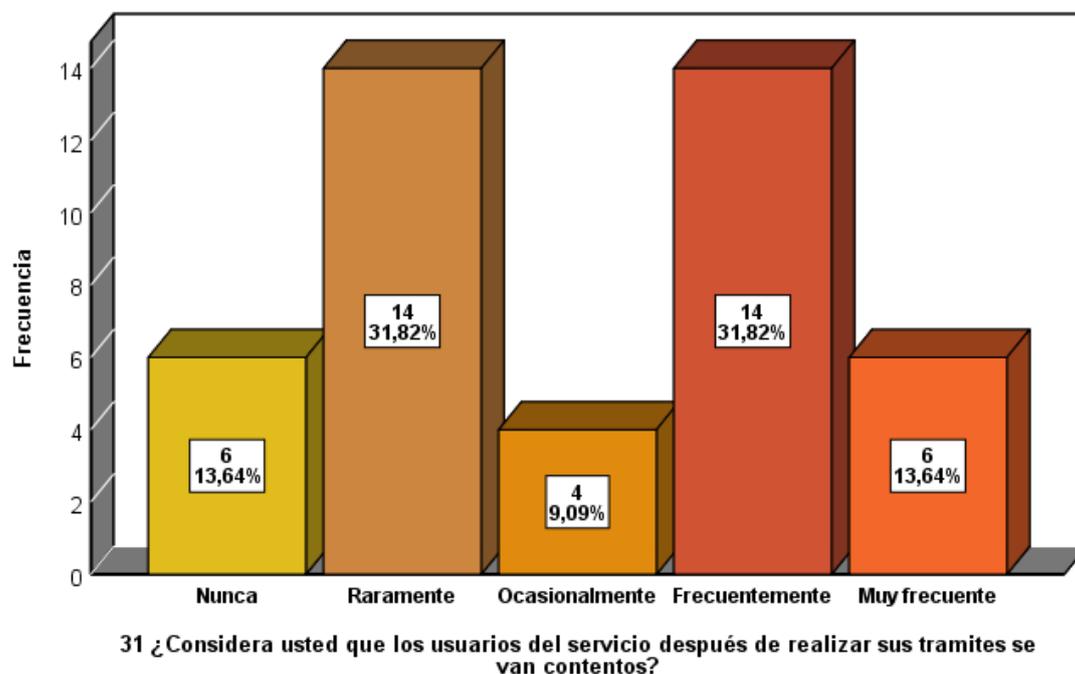
**Tabla 32**

**Pregunta 31 ¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	13,64	13,64
	Raramente	14	31,82	45,46
	Ocasionalmente	4	9,09	54,55
	Frecuentemente	14	31,82	86,37
	Muy frecuente	6	13,63	100,00
	Total	44	100,00	100,00

**Figura 32**

**Pregunta 31 ¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 13,64% (6) contestaron nunca los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos, el 31,82% (14) indicaron raramente los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos, el 9,09% (4) señalaron ocasionalmente los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos, el 31,82% (14) manifestaron frecuentemente los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos y el 13,64% (6) refirieron muy frecuente los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos.

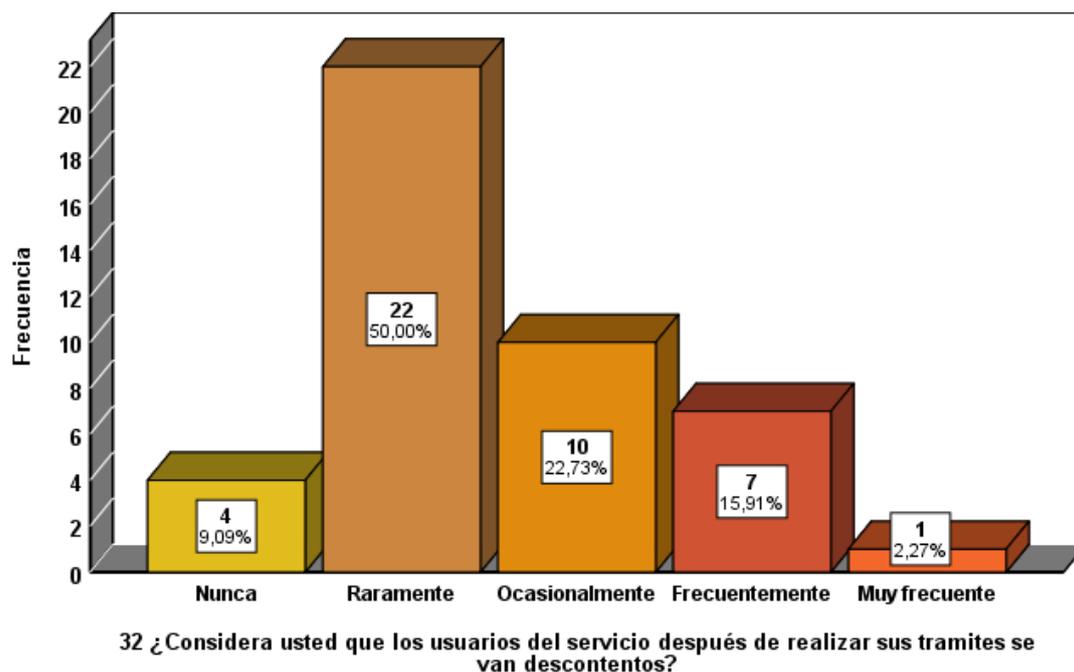
Tabla 33

**Pregunta 32 ¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van descontentos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	9,09	9,09	9,09
Raramente	22	50,00	50,00	59,09
Ocasionalmente	10	22,73	22,73	81,82
Frecuentemente	7	15,91	15,91	97,73
8	1	2,27	2,27	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Figura 33

**Pregunta 32 ¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van descontentos?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 9,09% (4) contestaron nunca los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van descontentos, el 50,00% (22) indicaron raramente los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van descontentos, el 22,73% (10) señalaron ocasionalmente los usuarios del servicio después de realizar sus

trámites se van descontentos, el 15,91% (7) manifestaron frecuentemente los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van descontentos y el 2,27% (1) refirieron muy frecuente los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van descontentos.

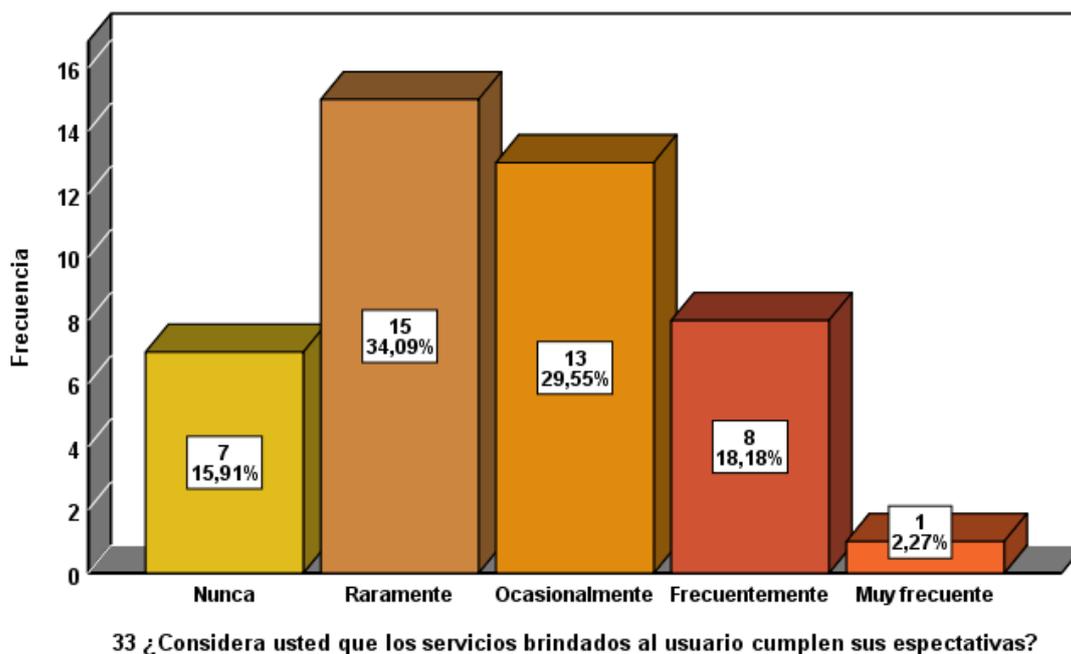
**Tabla 34**

**Pregunta 33 ¿Considera usted que los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	15,91	15,91
	Raramente	15	34,09	50,00
	Ocasionalmente	13	29,55	79,55
	Frecuentemente	8	18,18	97,73
	Muy frecuente	1	2,27	100,00
	Total	44	100,00	100,00

**Figura 34**

**Pregunta 33 ¿Considera usted que los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 15,91% (7) contestaron nunca los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas, el 34,09% (15) indicaron raramente los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas, el 29,55% (13) señalaron ocasionalmente los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas, el 18,18% (8) manifestaron frecuentemente los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas y el 2,27% (1) refirieron muy frecuente los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas.

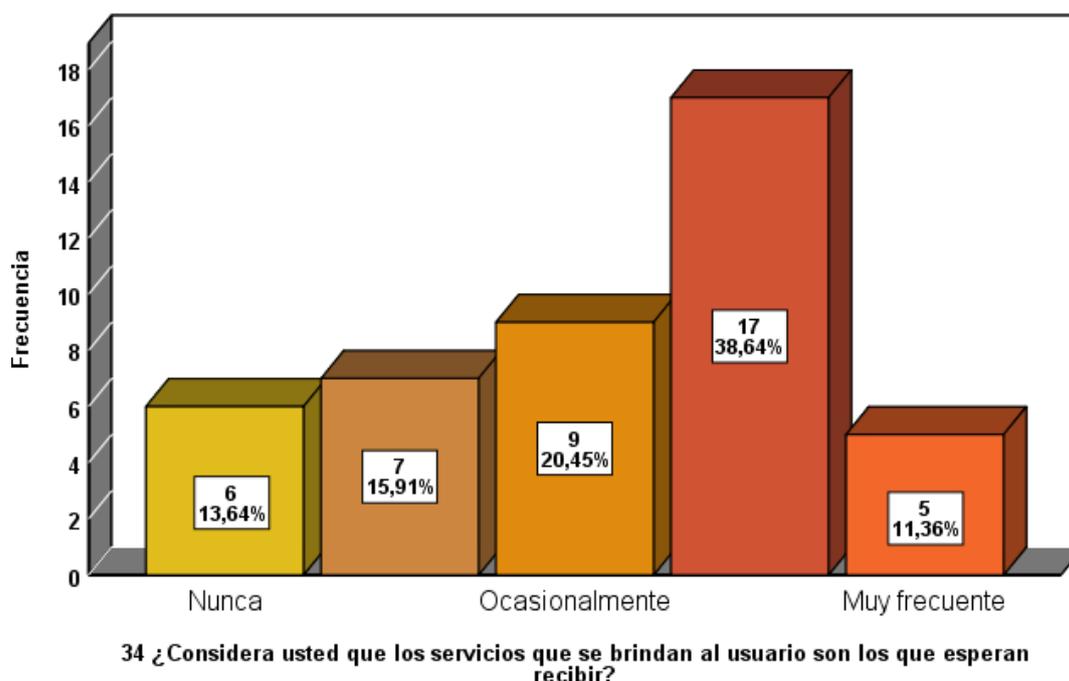
### Tabla 35

**Pregunta 34** ¿Considera usted que los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	13,64	13,64
	Raramente	7	15,91	29,55
	Ocasionalmente	9	20,45	50,00
	Frecuentemente	17	38,64	88,64
	Muy frecuente	5	11,36	100,00
	Total	44	100,00	100,00

**Figura 35**

**Pregunta 34 ¿Considera usted que los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 13,64% (6) contestaron nunca los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir, el 15,91% (7) indicaron raramente los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir, el 20,45% (9) señalaron ocasionalmente los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir, el 38,64% (17) manifestaron frecuentemente los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir y el 11,36% (5) refirieron muy frecuente los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir.

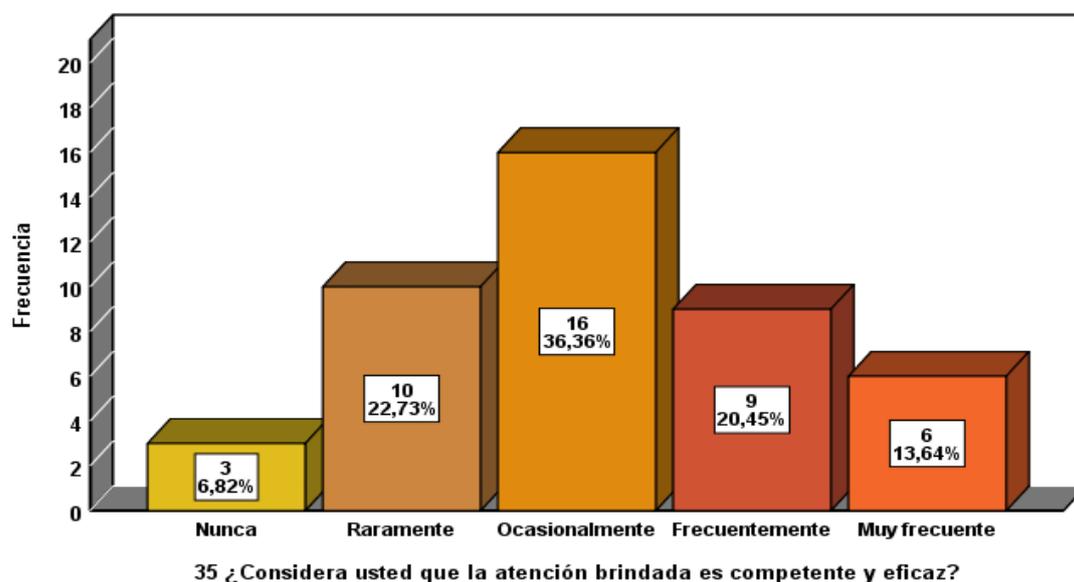
Tabla 36

Pregunta 35 ¿Considera usted que la atención brindada es competente y eficaz?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	6,82	6,82	6,82
Raramente	10	22,73	22,73	29,55
Ocasionalmente	16	36,36	36,36	65,91
Frecuentemente	9	20,45	20,45	86,36
Muy frecuente	6	13,64	13,64	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Figura 36

Pregunta 35 ¿Considera usted que la atención brindada es competente y eficaz?



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 6,82% (3) contestaron nunca la atención brindada es competente y eficaz, el 22,73% (10) indicaron raramente la atención brindada es competente y eficaz, el 36,36% (16) señalaron ocasionalmente la atención brindada es competente y eficaz, el 20,45% (9) manifestaron frecuentemente la atención brindada es competente y eficaz y el 13,64% (6) refirieron muy frecuente la atención brindada es competente y eficaz.

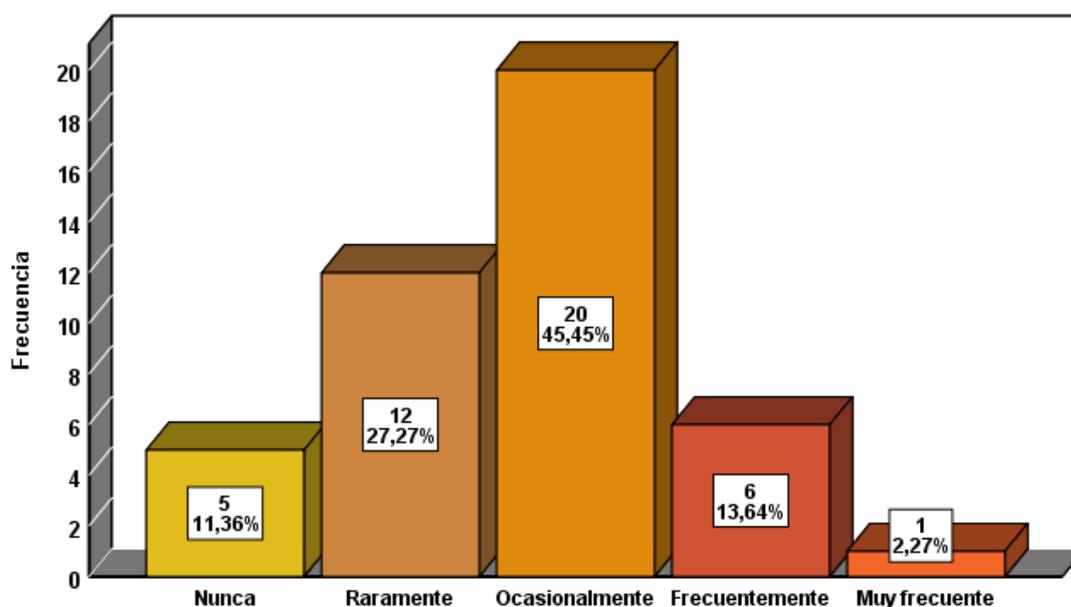
Tabla 37

**Pregunta 36 ¿Los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	11,36	11,36	11,36
Raramente	12	27,27	27,27	38,63
Ocasionalmente	20	45,45	45,45	84,08
Frecuentemente	6	13,64	13,64	97,72
Muy frecuente	1	2,28	2,28	100,00
Total	44	100,00	100,00	

Figura 37

**Pregunta 36 ¿Los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas?**



**Interpretación:** De los 44 encuestados, el 11,36% (5) contestaron nunca los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas, el 27,27% (12) indicaron raramente los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas, el 45,45% (20) señalaron ocasionalmente los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas, el 13,64% (6) manifestaron frecuentemente los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas y el 2,28% (1) refirieron muy frecuente los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas.

## 5.2 Análisis inferencial

### 5.2.1 Contrastación de hipótesis

#### Pruebas de normalidad

H0: Los datos tienen una distribución normal.

H1: Los datos no tienen una distribución normal.

#### Nivel de significancia

Confianza                    95% = 0,95

Significancia (alfa)      5% = 0,05

#### Criterio de decisión

Si  $p < 0,05$  rechazamos la H0 y aceptamos la H1.

Si  $p \geq 0,05$  aceptamos H0 y rechazamos la H1.

### Tabla 38

#### Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
V1 Calidad de servicio	0,773	44	0,000
V2 Satisfacción de los usuarios	0,726	44	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: La variable calidad de servicio tiene un nivel de significancia de  $0.000 < 0,05$ , se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ , esto quiere decir, los datos no provienen de una distribución normal. La variable satisfacción de los usuarios de igual manera tiene un nivel de significancia de  $0.000 < 0,05$  se rechaza la  $H_0$  y se acepta  $H_1$ , es decir, los datos no tienen una distribución normal. Como los datos no provienen de una distribución normal se usará un estadístico no paramétrico.

**Figura 38****Escala de correlación**

-1	Correlación negativa grande y perfecta
(-0,9 a -0,99)	Correlación negativa muy alta
(-0,7 a -0,89)	Correlación negativa alta
(-0,4 a -0,69)	Correlación negativa moderada
(-0,2 a -0,39)	Correlación negativa baja
(-0,01 a -0,19)	Correlación negativa muy baja
0	Nula
(0,0 a 0,19)	Correlación positiva muy baja
(0,2 a 0,39)	Correlación positiva baja
(0,4 a 0,69)	Correlación positiva moderada
(0,7 a 0,89)	Correlación positiva alta
(0,9 a 0,99)	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente (Martínez, 2002)

**5.2.2 Prueba de Hipótesis General:**

**HG: Existe una relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021**

**Formulación de  $H_0$  y  $H_1$ :**

**$H_0$ : No existe una relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021**

**$H_0$ :  $\rho=0$**

**$H_1$ : Si existe una relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021**

**$H_1$ :  $\rho \neq 0$**

**Nivel de significancia:  $\alpha = 0,05$**

**Regla de decisión:**

Si el  $p\text{-valor} \geq 0,05$  se concluye  $H_0$

Si el  $p\text{-valor} < 0,05$  se concluye  $H_1$

**Tabla 39**

**V1 Calidad de servicio \* V2 Satisfacción de los usuarios**

*Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	92,178 <sup>a</sup>	9	,000
Razón de verosimilitud	44,549	9	,000
Asociación lineal por lineal	29,431	1	,000
N de casos válidos	44		

Conclusión: El p-valor es 0,000 menor a la significancia 0,05 en consecuencia se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta  $H_1$  en tal sentido se concluye que, si existe una relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.

**Tabla 40**

**Medidas simétricas V1 Calidad de servicio y V2 Satisfacción de los usuarios**

*Medidas simétricas*

		Valor	Error estándar asintótico <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	0,791	0,060	6,066	0,000 <sup>c</sup>
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	0,756	0,097	5,417	0,000 <sup>c</sup>
N de casos válidos		24			

Conclusión: La tabla 41 nos muestra una correlación de 0,756 el cual se sitúa entre 0,7 a 0,89 de la tabla x (escala de correlación) el cual indica que existe una correlación positiva alta, del cual se puede decir que: Cuando se incrementa la calidad de servicio habrá mayor incremento

en la satisfacción de los usuarios y cuando sea menor la calidad de servicio habrá menor la satisfacción de los usuarios.

### 5.2.3 Prueba de Hipótesis Específica 1:

**HE<sub>1</sub>: Existe una relación entre la calidad de servicio y los sentimientos en la Unidad De Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.**

**Formulación de H<sub>0</sub> y H<sub>1</sub>:**

**H<sub>0</sub>: No existe una relación entre la calidad de servicio y los sentimientos en la Unidad De Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.**

**H<sub>0</sub>:  $\rho=0$**

**H<sub>1</sub>: Si existe una relación entre la calidad de servicio y los sentimientos en la Unidad De Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.**

**H<sub>1</sub>:  $\rho\neq 0$**

**Nivel de significancia:  $\alpha = 0,05$**

**Regla de decisión:**

**Si el p-valor  $\geq 0,05$  se concluye H<sub>0</sub>**

**Si el p-valor  $< 0,05$  se concluye H<sub>1</sub>**

**Tabla 41**

**Tabla cruzada V1 Calidad de servicio \*D4 Sentimientos**

*Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	85,178 <sup>a</sup>	9	0,000
Razón de verosimilitud	39,826	9	0,000
Asociación lineal por lineal	27,579	1	0,000
N de casos válidos	44		

**Conclusión:** De acuerdo a la tabla 42 el nivel de significancia es 0,000 menor a la significancia 0,05 por lo que se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alterna  $H_1$  es decir, si existe una relación entre la calidad de servicio y los sentimientos en la Unidad De Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.

**Tabla 42**

**Medidas simétricas V1Calidad de servicio y D4 sentimientos**

*Medidas simétricas*

		Valor	Error estándar asintótico <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	0,801	0,084	8,667	0,000 <sup>c</sup>
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	0,764	0,088	7,671	0,000 <sup>c</sup>
N de casos válidos		44			

**Conclusión:** Se observa en la tabla 43 un valor de 0,764 según el estadístico de correlación de Spearman, este valor se ubica entre 0,7 a 0,89 de la tabla x, el cual indica que existe una correlación positiva alta por lo que se puede afirmar cuando hay mayor calidad en los servicios que se brinda a los usuarios, habrá mayores sentimientos positivos a la institución y cuando baje la calidad en los servicios que se brinda a los usuarios, habrá menor sentimientos positivos hacia la institución.

### *5.2.3 Prueba de Hipótesis Específica 2:*

**HE<sub>2</sub>:** Existe una relación entre la calidad de servicio y el desempeño percibido en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021

**Formulación de  $H_0$  y  $H_1$ :**

**$H_0$ :** No existe una relación entre calidad de servicio y el desempeño percibido en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021

**H<sub>0</sub>:  $\rho=0$**

**H<sub>1</sub>: Si existe una relación entre calidad de servicio y el desempeño percibido en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021**

**H<sub>1</sub>:  $\rho \neq 0$**

**Nivel de significancia:  $\alpha = 0,05$**

**Regla de decisión:**

**Si el p-valor  $\geq 0,05$  se concluye H<sub>0</sub>**

**Si el p-valor  $< 0,05$  se concluye H<sub>1</sub>**

**Tabla 43**

**Tabla cruzada V1 Calidad de servicio \* D5 Desempeño percibido**

*Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	66,576a	9	0,000
Razón de verosimilitud	29,513	9	0,000
Asociación lineal por lineal	20,378	1	0,000
N de casos válidos	44		

**Conclusión:** Como se observa en la tabla 44 el nivel de significación asciende a 0,000 el cual es menor a la significancia de 0,05, en tal sentido se concluye H<sub>1</sub>. si existe una relación entre la calidad de servicio y el desempeño percibido en la Unidad De Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.

Tabla 44

## Medidas simétricas V1Calidad de servicio y D5 Desempeño percibido

*Medidas simétricas*

		Valor	Error estándar asintótico <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	0,688	0,097	6,151	0,000 <sup>c</sup>
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	0,645	0,095	5,464	0,000 <sup>c</sup>
N de casos válidos		44			

**Conclusión:** En la tabla 45 se observa un valor de 0,645 según la correlación de Spearman, este valor se sitúa entre 0,4 a 0,69 de la tabla x, el cual indica que existe una correlación positiva moderada aseverando que a mayor calidad de servicio le corresponde mayor desempeño percibido por los usuarios y a menor calidad de servicio le corresponde menor desempeño percibido por los usuarios.

### 5.2.3 Prueba de Hipótesis Específica 3:

**HE<sub>3</sub>:** Existe una relación entre la calidad de servicio y las expectativas en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.

**Formulación de H<sub>0</sub> y H<sub>1</sub>:**

**H<sub>0</sub>:** No existe una relación entre la calidad de servicio y las expectativas en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.

**H<sub>0</sub>:**  $\rho=0$

**H<sub>1</sub>:** Si existe una relación entre la calidad de servicio y las expectativas en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.

**H<sub>1</sub>:**  $\rho\neq 0$

**Nivel de significancia:**  $\alpha = 0,05$

**Regla de decisión:**

Si el  $p\text{-valor} \geq 0,05$  se concluye  $H_0$

Si el  $p\text{-valor} < 0,05$  se concluye  $H_1$

**Tabla 45**

**Tabla cruzada V1 Calidad de servicio \* D6 Expectativas**

*Pruebas de chi-cuadrado*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	110,458	9	0,000
Razón de verosimilitud	59,202	9	0,000
Asociación lineal por lineal	35,888	1	0,000
N de casos válidos	44		

Conclusión: Se observa en la tabla 46 el nivel de significación asciende a 0,000 el cual es menor a la significancia de 0,05, en tal sentido se concluye  $H_1$  en consecuencia si existe una relación entre la calidad de servicio y las expectativas en la Unidad De Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.

**Tabla 46**

**Medidas simétricas V1 Calidad de servicio y D6 Expectativas**

*Medidas simétricas*

	Valor	Error estándar asintótico <sup>a</sup>	T aproximada <sup>b</sup>	Significación aproximada
Intervalo por intervalo R de Pearson	0,914	0,051	14,558	0,000 <sup>c</sup>
Ordinal por ordinal Correlación de Spearman	0,897	0,057	13,130	0,000 <sup>c</sup>
N de casos válidos	44			

Conclusión: En la tabla 47 se observa un valor de 0,897 según la correlación de Spearman, este valor se sitúa entre 0,7 a 0,89 de la tabla, el cual indica que existe una correlación positiva alta, por lo que se asevera que a mayor calidad en el servicio brindado a los usuarios mayor será las expectativas de los usuarios y a menor calidad de servicio será menor las expectativas de los usuarios.

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos se confirma la hipótesis general existe una relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021, estos resultados evidencian una correlación positiva alta de 0,756 entre la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios, ambas variables se correlacionan de manera directa por lo que se dice que a mayor calidad de servicio habrá mayor satisfacción de los usuarios, estos resultados concuerdan con (Vergara, Quesada, & Javier, 2018) “En su artículo para la revista de Métodos cuantitativos para la economía y la empresa, titulada Calidad del servicio y determinantes de la satisfacción en usuarios de los servicios hospitalarios de Cartagena de Indias, Colombia quienes demostraron la interacción entre la calidad general del servicio y la satisfacción de los usuarios de los servicios hospitalarios de Cartagena de Indias de igual manera concuerdan con los resultados de

(Paucar, 2019) “En su tesis para obtener el grado de maestro presentado a la Universidad Nacional De Educación Enrique Guzmán y Valle, titulada La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local 01 – San Juan de Miraflores en el cual se encontró una interacción altamente positiva existente entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local 01 de San Juan de Miraflores, puesto que el  $r$  de Pearson es 0,7145. También (Kotler & Keller, 2016) Definen a la satisfacción como un grupo de sentimientos de placer o decepción que se produce en una persona como efecto de equiparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto o servicio contra las expectativas. Si el rendimiento o la vivencia no cumplen con las expectativas, el comprador quedará insatisfecho; si son equivalentes a las expectativas, se sentirá satisfecho; si exceden las expectativas, el comprador se sentirá bastante satisfecho o deleitado.

De igual manera se confirma la hipótesis específica que existe una relación entre la calidad de servicio y los sentimientos en la Unidad De Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021. Los resultados tienen una correlación positiva alta de 0,764 entre la calidad de servicio y los sentimientos evidenciándose si hay mayor calidad en los servicios que se brinda a los usuarios, habrá mayores sentimientos positivos a la institución, mayor empatía. Resultados que son parecidos al de (Zabala, Granja, Calderón, & Luis, 2021) “En su artículo para la revista Información Tecnológica titulada Efecto en la gestión organizacional y la satisfacción de los usuarios de un sistema informático de planificación de recursos empresariales (ERP) en Riobamba, Ecuador donde concluyen los Directivos, mostraron el mayor grado de satisfacción como usuarios del sistema para la administración de los procesos de igual manera (Maguiña, 2018) “En su tesis para obtener el grado de Licenciada en Administración de empresas presentado a la Universidad Autónoma del Perú, titulada Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana - Lima 2018 se encontró una correlación al 0.743 con el coeficiente Rho de Spearman, con un valor al  $0.000 < 0.05$ , con el cual se concluye que existe relación significativa positiva considerable entre la empatía y la satisfacción de los usuarios, al respecto Damasio (1994) señala que las emociones y la razón no son extremos, sino partes de una medida que ayudan a los compradores a tomar sus decisiones de compra. Esta hipótesis es importante para inferir la conducta del consumidor, ya que determinar cómo las emociones se relacionan con la atención y la memoria, entre otros, contribuyendo, en las respuestas y reacciones de los consumidores ante los productos, servicios y estímulos publicitarios y de marketing.

Así también se confirma la hipótesis específica 2 existe una relación entre la calidad de servicio y el desempeño percibido en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021 ya que se observa como resultado una correlación positiva moderada cuyo valor es de 0,645

entre la calidad de servicio y el desempeño percibido por lo que se puede afirmar a mayor calidad de servicio le corresponde mayor desempeño percibido por los usuarios. Resultados que coinciden con (Palominos, Quezada, Osorio, Torres, & Miguel, 2016) “En su artículo para la Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES), titulada Calidad de los servicios educativos según los estudiantes de una universidad pública en Chile, quienes concluyen que los educandos de la universidad pública estudiada perciben una buena evaluación de los resultados que han obtenido en su proceso de aprendizaje, lo cual se complementa con el hecho de evaluar a la universidad como un organismo competente con idónea fama, teniendo docentes que son notados con una buena formación académica de igual modo (Paucar, 2019) “En su tesis para obtener el grado de maestro presentado a la Universidad Nacional De Educación Enrique Guzmán y Valle, titulada La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local 01 – San Juan de Miraflores concluye que el grado de la calidad de servicio de la Unidad de Gestión Educativa Local 01 de San Juan de Miraflores se percibe que es bueno, debido a que el 69% la califican como Buena y 2% como Muy buena. En similar línea (Millones, Zagal Paulo, 2010, págs. 18 - 19) El rendimiento percibido: se refiere al desempeño (en términos de dar valor) que el cliente cree que obtiene después de comprar un producto o servicio. En otras palabras, el "resultado" se da cuando el cliente "se da cuenta" de lo que tiene en el producto o servicio que ha comprado.

De igual modo se confirma la hipótesis específica 3 existe una relación entre la calidad de servicio y las expectativas en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021 con un valor de 0,897 se asevera que a mayor calidad en el servicio brindado a los usuarios mayor será las expectativas de los usuarios. Este resultado coincide con (Orozco, 2017) “En su tesis para obtener el grado de Máster en Administración en Salud presentado a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, titulada Satisfacción de los usuarios sobre la calidad de atención recibida en consulta externa, hospital militar escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños.

Managua, Nicaragua. Febrero 2017 quien concluye las cinco capacidades, según expectativas de la calidad de atención recibida en el servicio, fueron satisfactorias para la zona de consulta externa de medicina general del Hospital Militar Escuela Dr. Alejandro Dávila Bolaños. El punto con más expectativa ha sido el de bienes tangibles, y el de menor interés fue la seguridad, también concuerda con (Maguiña, 2018) “En su tesis para obtener el grado de Licenciada en Administración de empresas presentado a la Universidad Autónoma del Perú, titulada Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana - Lima 2018 concluye quien concluye que existe relación significativa positiva alta entre la expectativa de confiabilidad y la satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana, Lima – 2018. En esa misma línea (Kotler & Keller, 2016, pág. 131) señala las valoraciones que hace el cliente sobre el rendimiento del producto o servicio dependen de muchos elementos, incluyendo la relación de lealtad que tenga con la marca. Los consumidores a menudo desarrollan una percepción más apropiada de un producto cuya marca les evocó sentimientos positivos. Las investigaciones muestran un efecto desproporcional del desempeño del producto y las expectativas sobre la satisfacción del mismo. El impacto negativo sobre la satisfacción del cliente cuando no se cumplen las expectativas es desproporcionadamente más fuerte que el efecto positivo cuando se cubren las expectativas.

## CONCLUSIONES

- 1). Existe una relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021 a razón de la correlación de Spearman que nos da el valor de 0,756 correlación positiva alta por lo que se afirma a mayor calidad de servicio habrá mayor satisfacción de los usuarios.
  
- 2). Existe una relación entre la calidad de servicio y los sentimientos en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021 debido a que la correlación de Spearman nos muestra como resultado el valor de 0,764 correlación positiva alta, por lo que se afirma a mayor calidad de servicio habrá mayor sentimiento positivo de los usuarios de la entidad.
  
- 3). Existe una relación entre la calidad de servicio y el desempeño percibido en la Unidad De Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021 a razón de la correlación de Spearman que nos da el valor de 0,645 correlación positiva moderada por lo que se afirma a mayor calidad de servicio habrá mayor desempeño percibido por los usuarios.
  
- 4). Existe una relación entre la calidad de servicio y las expectativas en la Unidad De Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021. La correlación de Spearman nos da el valor de 0,897 correlación positiva alta, por tal motivo se afirma a mayor calidad de servicios habrá mayores expectativas por parte de los usuarios.

## RECOMENDACIONES

- 1). **Al determinar que existe una relación entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021, se recomienda evaluar periódicamente el grado de satisfacción de los usuarios a través de encuestas que aplicará la institución para mejorar la calidad de los servicios ofrecidos.**
  
- 2). **Al existir una relación entre la calidad de servicio y los sentimientos en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021, se recomienda tener un trato cordial, educado, eficiente y eficaz en la atención a los usuarios ya que estos factores de sentimientos influirán como percepciones positivas hacia la institución.**
  
- 3). **Al definir que existe una relación entre la calidad de servicio y el desempeño percibido en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021, se recomienda capacitar al personal quienes laboran en la Unidad De Gestión Educativa Local N°12 Canta a fin de que conozcan la importancia de brindar servicios de calidad los cuales influenciaron en el desempeño laboral del personal.**
  
- 4). **Al concluir que existe una relación entre la calidad de servicio y las expectativas en la Unidad De Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021, se recomienda brindar un buen servicio con una capacidad de respuesta rápida a sus requerimientos ya que esta experiencia positiva del usuario hará que se cree un clima de confianza entre la institución y el usuario.**

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aiteco consultores desarrollo y gestión. (s.f.). *www.aiteco.com*. Obtenido de Definición de Objetivos y Método SMART: <https://www.aiteco.com/definicion-objetivos/>
- Arenal, L. C. (2019). *Gestión de la atención al cliente/ consumidor*. UF0036. Madrid - España: Tutor formación.
- Arias, G. J. (2020). *Proyecto de tesis guía para la elaboración*. Arequipa - Perú: Arias, Gonzales José Luis.
- Aristizabal, U. H. (2020). Propuesta metodológica para la medición de la satisfacción de usuarios de internet móvil en Colombia. *Revista ProQuest*, 103 - 122.
- Arroyo, Morales Angélica. (2020). *Metodología de la Investigación en las Ciencias Empresariales*. Cusco - Perú: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- Banco Comafi. (s.f.). *www.comafi.com.ar*. Obtenido de CÓMO POSICIONAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR: <https://www.comafi.com.ar/236-Como-posicionar-un-producto-o-servicio-en-la-mente-del-consumidor.note.aspx#:~:text=El%20posicionamiento%20es%20una%20herramienta,de%20la%20decisi%C3%B3n%20de%20compra>.
- Cano, I. L., Molina, M. V., & Corona, S. E. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Infomática*, 4-17. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968306002/637968306002.pdf>
- Cano, T. I. (2019). *Calidad en la atención al cliente CEAC*. Madrid - España: Editex, S.A.
- Castillo, Gallo Carlos; Reyes, Tomala Brenda. (2015). *Guía metodológica de proyectos de investigación social*. Santa Elena - Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Cavero, S. E. (2017). ¿Efecto dominó o efecto mariposa? El (distorsionado) concepto de consumidor protegido en el derecho peruano. *Revista IUS ET VERITAS*, 34-47.
- Colmenares, O. A., & Saavedra, J. L. (28 de 09 de 2007). *Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio*. Obtenido de [www.cyta.com.ar](http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm): <http://www.cyta.com.ar/ta0604/v6n4a2.htm>
- Comunicare neuromarketers. (2019). *www.comunicare.es*. Obtenido de Consumidor definición en marketing: <https://www.comunicare.es/consumidor-definicion-en-marketing/>
- Cortéz, S. J. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (Iso 9001:2015)*. Malaga - España: ICB. S.L. (Interconsulting Bureau S.L.).
- Definicion. (s.f.). *www.definicion.de*. Obtenido de Diccionario de definiciones: <https://definicion.de/desempeno/>
- Deza, S. E. (2019). *Comportamiento organizacional y calidad del servicio educativo de los docentes en la institución educativa Manuel Tobías García Cerrón - puente piedra 2019*. Lima - Perú.
- Diario correo. (08 de Julio de 2021). *www.diariocorreo.pe*. Obtenido de UGEL: cuál es su función y donde se ubican: <https://diariocorreo.pe/peru/ugel-cual-es-su-funcion-y-donde-se-ubican-ugel-ministerio-de-educacion-gobierno-regional-gobierno-local-peru-nnda-nnlt-noticia/>
- Direccinate Estrategias Empresariales S.L. (2020). *uf0349: atención al cliente en el proceso comercial (adgg0208 - adgd0308)*. Malaga - España: ICB. S.L. Interconsulting bureau S.L.

- Duque, O. E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Redalyc.org Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 64-80.
- Economía gestion a su favor. (Octubre de 2013). *www.economia.org*. Obtenido de Definicion de consumidor: <https://economia.org/consumidor.php>
- Escamilla, O. (10 de Octubre de 2017). *www.merca20.com*. Obtenido de Merca2.0 mercadotecnia publicidad medios: <https://www.merca20.com/que-es-y-como-se-usa-la-persuasion-emocional/>
- Espinoza, M. C. (2010). *Metodología de investigación tecnológica*. Huancayo: Ciro Espinoza Montes.
- Esucomex Instituto profesional. (Marzo de 2016). *www.cursos.esucomex.cl*. Obtenido de Esucomex Instituto profesional: <http://cursos.esucomex.cl/SP-Esucomex-2014/EPX6404/S5/MATERIAL%20DE%20ESTUDIO.pdf>
- Euroinnova Iternational online education. (s.f.). *www.euroinnova.pe*. Obtenido de Que es optimizacion de recursos: <https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-optimizacion-de-recursos>
- Fernández de Paredes, A. R. (2018). *Construyendo Xperiencias, customer experience, la clave para generar rentabilidad y diferenciación*. Lima - Peru: ARS Asesoría y servicios S.A.C.
- Fernández, H. M., & Campiña, D. G. (2016). *Gestion de quejas y reclamaciones en materia de consumo*. Madrid - España: Paraninfo S.A. .
- Fernández, L. A. (Enero de 2012). *www.eoi.es*. Obtenido de Conceptos de Estrategia: <https://www.eoi.es/es/file/16752/download?token=E1hd52TF>
- Gallardo, E. E. (2017). *Metodología de la Investigación*.
- Gobierno de España, ministerio de educación. (s.f.). *www.recursos.cnice.mec.es*. Obtenido de Publicidad racional, emocional e instintiva: <http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque6/pag7.html#:~:text=1.,informaci%C3%B3n%20obtenida%20sobre%20diferentes%20alternativas>.
- González, B. L., Carmona, C. M., & Rivas, Z. M. (2017). Guía para la medición directa de la satisfacción de los clientes. *INSTITUTO ANDALUZ DE TECNOLOGÍA*, 2-92.
- Hernández, R. C. (2014). <https://www.uv.mx>. Obtenido de El servicio al cliente como factor de competitividad y calidad en las empresas de servicios: caso de las organizaciones escolares particulares: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2014/09/02CA201401.pdf>
- Huancollo, C. J. (2018). *Calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Taraco - Huancané - Puno, 2017*. Huacho - Perú.
- Jiménez, M. G., Bellido, P. E., & López, C. Á. (15 de Setiembre de 2019). *www.dialnet.unirioja.es*. Obtenido de Marketing sensocial. El concepto, sus técnicas y su aplicación en el punto de venta: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7044798>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing, decimoquinta edición*. Ciudad de Mexico, México: Pearson Education.
- Kurtz, L. (2012). *Marketing Contemporáneo*. México: Cengage Learning.
- Lazzati, S. C. (2019). *Liderazgo gerencial*. Argentina.: Ediciones Granica.
- Lexico. (s.f.). *www.lexico.com*. Obtenido de Diccionario Lexico de definiciones: <https://www.lexico.com/es/definicion/sentimiento>
- Londoño, L. A., Gallego, Q. D., González, G. E., Pacheco, M. G., Pérez, O. H., Lara, H. I., . . . Correa, W. J. (2016). *Gerencia y administración*. Colombia: Sello editorial Coruniamericana.

- Lorente, Paco. (10 de febrero de 2016). *www.pacolorente.es*. Obtenido de La función de los marcadores somáticos en marketing: <https://pacolorente.es/la-funcion-los-marcadores-somaticos-marketing/>
- Maguiña, R. Y. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la municipalidad distrital de Pucusana - Lima 2018*. Lima - Perú.
- Martín, P. M., & Díaz, G. E. (2017). *Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios*. Madrid - España: ESIC .
- Merlo, P. C. (2021). *La biblia del marketing político*. México: Anderson Publishing.
- Método Marketing. (s.f.). *Metodomarketing*. Obtenido de Metodomarketing Web site: <https://www.metodomarketing.com/marketing-school-blog/que-es-objetivo/>
- Millones, Zagal Paulo. (2010). *Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes en un supermercado*. Piura - Perú : Universidad de Piura.
- Morillo, M. M. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Merida, Venezuela. *Revista de ciencias sociales RCS*, s/p.
- Muñiz, G. R. (2022). *www.marketing-xxi.com*. Obtenido de Marketing en el siglo XXI Quinta edición, Capítulo 2 Marketing estratégico - análisis competitivo: <https://www.marketing-xxi.com/analisis-competitivo-17.htm>
- Myabcm. (s.f.). *www.myabcm.com*. Obtenido de Descubra ahora qué es el tiempo de espera y cómo reducirlo: <https://myabcm.com/es/descubra-el-tiempo-de-espera-y-como-reducirlo/>
- Neuromarketing. (Febrero de 2017). *www.neuromarketing.la*. Obtenido de ¿Qué son los marcadores somáticos y cómo utilizarlos?: <https://neuromarketing.la/2017/02/que-son-marcadores-somaticos/>
- Núñez, T. I., & Juárez, M. J. (2018). Analisis comparativo de modelos de evaluación de calidad en el servicio a partir de sus dimensiones y su relación con la satisfacción del cliente. *3C Empresa*, 49-59. Obtenido de [https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/art4\\_.pdf](https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/art4_.pdf)
- Ñaupas, P. H., Mejía, M. E., Novoa, R. E., & Villagómez, P. A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redaccion de la tesis 4ta edición*. Bogotá - Colombia: Ediciones de la U.
- Ñaupas, P. H., Valdivia, D. M., Palacios, V. J., & Romero, D. H. (2018). *Metodologia de la investigacion cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis 5ta edicion*. Bogotá - Colombia: Ediciones de la U.
- Oliver, R. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings. *Journal of Retailing*, 25-48.
- Orozco, U. J. (2017). *Satisfaccion de los usuarios sobre la calidad de Atencion recibida en consulta externa, hospital militar Escuela dr. Alejandro davila bolaños*. Managua, Nicaragua. Febrero 2017. Managua, Nicaragua.
- Palmar, L., & Caliman, A. (2019). Clima organizacional y calidad de servicio desde el prncio de l a fraternidad. *Revista Científica Electrónica de Negocios - Sciencitific E-journal of Human Sciences*, 141.
- Palominos, B. P., Quezada, L. L., Osorio, R. C., Torres, O. J., & Miguel, L. V. (2016). Calidad de los servicios educativos según los estudiantes de una universidad pública en Chile. *Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES)*, México , 130-142.
- Parasuraman, A., Zeithami, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 41-50.
- Paucar, M. Y. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de la unidad de gestion educativa local 01 - San Juan de Miraflores*. Lima - Perú.

- Perez, P. C., & Jesús, P. d. (2016). *www.dialnet.unirioja.es*. Obtenido de Competitividad en las organizaciones: Las mypymes del sector manufacturero en sincelejo, Sucre - Colombia: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6577503>
- Powered by Orford Lexico. (s.f.). *www.lexico.com*. Obtenido de Persuasión: <https://www.lexico.com/es/definicion/persuasion>
- Powered by Oxford Lexico. (s.f.). <https://www.lexico.com>. Obtenido de Ánimo: <https://www.lexico.com/es/definicion/animo>
- Powered by Oxford Lexico. (s.f.). <https://www.lexico.com>. Obtenido de opinion: <https://www.lexico.com/es/definicion/opinion>
- Powered by oxford Lexico. (s.f.). *www.lexico.com*. Obtenido de Tratar: <https://www.lexico.com/es/definicion/tratar>
- Powered by Oxford Lexico. (s.f.). *www.lexico.com*. Obtenido de Resultado: <https://www.lexico.com/es/definicion/resultado>
- Quispe, Fernández Gabith Miriam; Ayaviri, Nina Víctor Dante. (2016). *Universidad Veracruzana*, 168-188.
- Rios, R. R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción*. Malaga - España: Servicios Académicos Intercontinentales S.L.
- Rojas, L. M., Fernández, G. S., Marulanda, G. D., Rojas, R. L., & Vera, A. E. (2017). *Ingeniería Administrativa: Contabilidad y finanzas, marketing, producción y gestión del talento humano*. Bogotá - Colombia: Ediciones de la U.
- Roldán, P. N. (2017). Organización. *Economipedia*.
- Salgado, Levano Cecilia. (2018). *Manual de investigación, teoría y práctica para hacer la tesis según la metodología cuantitativa*. Lima - Perú: Universidad Marcelino Champagnat.
- Santaella, Jesús. (07 de Junio de 2022). *www.economia3.com*. Obtenido de ¿Qué es la productividad, cómo se calcula y qué efectos tiene sobre la empresa?: <https://economia3.com/que-es-productividad-empresa-como-calcularlo/>
- Shapiama, Q. J. (2020). *Calidad de servicio y satisfaccion en usuarios de la unidad de gestión educativa local Lamas, 2020*. Tarapoto - Perú.
- Software Del Sol. (s.f.). *www.sdelsol.com*. Obtenido de Competitividad: <https://www.sdelsol.com/glosario/competitividad/>
- Suárez, C. (2021). ¿que es un consumidor? *Revista pym*, <https://revistapym.com.co/consumidor/que-es-un-consumidor>.
- UGEL N°12 - Canta. (s.f.). *UGEL N°12 - Canta*. Obtenido de ugel12canta Web site: <http://www.ugel12canta.gob.pe/organizacion.html>
- Vergara, S. J., Quesada, I. V., & Javier, M. Á. (2018). Calidad del servicio y determinantes de la satisfaccion en usuarios de los servicios hospitalarios de Cartagena de Indias, Colombia. *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, 203-219.
- Wells, R., Graddy, K., & Krugman, P. R. (2021). *Fundamentos de economía*. Barcelona - España: Reverte.
- Wiggot, R. (02 de Setiembre de 2020). *www.wiggot.com*. Obtenido de ¿Qué es sinergia y por qué es tan importante en el marketing?: <https://wiggot.com/archivos/que-es-sinergia-y-por-que-es-tan-importante-en-el-marketing/>
- Zabala, M. R., Granja, G. L., Calderón, A. H., & Luis, V. E. (2021). Efecto en la gestión organizacional y la satisfacción de los usuarios de un sistema informático de planificación de recursos empresariales (ERP) en Riobamba, Ecuador. *Información Tecnológica - Vol 32(5)*, 101-110.

## ANEXOS

Anexo N° 1 Matriz de consistencia.

Anexo N° 2 Matriz de operacionalización de variable 1. Calidad de servicio.

Anexo N° 3 Matriz de operacionalización de variable 2. Satisfacción de los usuarios.

Anexo N° 4 Matriz de operacionalización del instrumento. Variable 1. Calidad de servicio.

Anexo N° 5 Matriz de operacionalización del instrumento. Variable 2. Satisfacción de los usuarios.

Anexo N° 6 El instrumento de investigación. Variable 1. Calidad de servicio.

Anexo N° 7 El instrumento de investigación. Variable 2. Satisfacción de los usuarios.

Anexo N° 8 Confiabilidad y validez del instrumento.

Anexo N° 9 La data de procesamiento de datos.

Anexo N° 10 Consentimiento informado.

Anexo N° 11 Fotos de la aplicación del instrumento.

## ANEXO N° 1 Matriz de Consistencia.

## Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 - Canta, 2021

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p><b>Problema general:</b> ¿Qué relación existe entre Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Establecer la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021</p>	<p><b>Hipótesis general</b> Existe una relación directa y significativa entre Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.</p>	Calidad de servicio	Competitividad de una organización  Mercado competitivo  Experiencias del cliente	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo.</p> <p><b>Método de investigación:</b> Método científico y deductivo</p> <p><b>Tipo de investigación:</b> Básica</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> correlacional</p> <p><b>Diseño de investigación:</b> no experimental de corte transversal</p> <p><b>Esquema:</b></p> <pre> graph TD   M --&gt; O1   M --&gt; O2   O1 -- r --&gt; O2   </pre> <p>Donde:  M = Muestra  O<sub>1</sub> = Observación de la V.1.  O<sub>2</sub> = Observación de la V.2.  r = Correlación entre dichas variables.</p>
<p><b>Problemas específicos:</b> ¿Qué relación existe entre la Calidad de servicio y los sentimientos en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021?</p>	<p><b>Objetivos específicos</b> Establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y los sentimientos en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.</p>	<p><b>Hipótesis específicas</b> Existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y los sentimientos en la Unidad De Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.</p>			
<p>¿Qué relación existe entre calidad de servicio y el desempeño percibido en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021?</p>	<p>Establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y el desempeño percibido en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.</p>	<p>Existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y el desempeño percibido en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.</p>			
<p>¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y las expectativas en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021?</p>	<p>Establecer la relación que existe entre la calidad de servicio y las expectativas de los en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.</p>	<p>Existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y las expectativas en la Unidad de Gestión Educativa Local N°12 Canta, 2021.</p>			

## ANEXO N° 2 Matriz de Operacionalización de Variable 1. Calidad de Servicio

## Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 - Canta, 2021

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala valorativa
<b>Calidad de Servicio</b>	(Palmar & Caliman, 2019, pág. 141) Citan a Hallo y Fajardo (2019) quienes conceptualizan la calidad de servicio es una de las variables fundamentales por los profesionales para la competitividad de una organización, más todavía si estas desean seguir en un mercado competitivo donde los consumidores buscan más que un producto, buscan experiencias.	La V1 calidad de servicio se evalúa tomando en cuenta sus componentes: Competitividad de una organización, mercado competitivo y experiencias del cliente. El análisis estadístico de sus atributos se realiza mediante cuestionario basado en 20 reactivos tipo Lickert.	Competitividad de una organización	Valor agregado Productividad Optimización de recursos Liderazgo	Escala valorativa Ordinal  Escala de Likert  (1) Nunca (2) Raramente (3) Ocasionalmente (4) Frecuentemente (5) Muy frecuente
			Mercado competitivo	Posición que ocupa Definición de objetivos Estrategias para alcanzar los objetivos	
			Experiencias del cliente	Trato recibido Actitud del personal de atención Tiempo de espera	

**ANEXO N° 3 Matriz de Operacionalización de Variable 2. Satisfacción de los Usuarios**

**Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 - Canta, 2021**

<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	
<b>Satisfacción de los usuarios</b>	(Kotler & Keller, 2016) Definen a la satisfacción como un grupo de sentimientos de placer o decepción que se produce en una persona como efecto de equiparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto o servicio contra las expectativas. Si el rendimiento o la vivencia no cumplen con las expectativas, el comprador quedará insatisfecho; si son equivalentes a las expectativas, se sentirá satisfecho; si exceden las expectativas, el comprador se sentirá bastante satisfecho o deleitado.	La V2 Satisfacción de los usuarios se evalúa tomando en cuenta sus elementos: Sentimientos, desempeño percibido y expectativas. El análisis estadístico de sus atributos se realiza mediante cuestionario basado en 16 reactivos tipo Lickert.	Sentimientos	Persuasión racional Persuasión emocional	Escala valorativa Ordinal
			Desempeño percibido	Rendimiento percibido por el cliente Obtención de resultados por los servicios recibidos Opinión de otras personas Ánimo del usuario al servicio	Escala de Likert  (1) Nunca  (2) Raramente
			Expectativas	Servicio deseado Servicio adecuado	(3) Ocasionalmente  (4) Frecuentemente  (5) Muy frecuente

**ANEXO N° 4 Matriz de Operacionalización del Instrumento. Variable 1 Calidad de Servicio.**

**Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 - Canta, 2021**

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Instrumento	Medición
Calidad de servicio	Competitividad de una organización	Valor agregado	¿Los servicios que brinda la institución a los usuarios es de calidad manteniéndolos satisfechos?	Cuestionario	<b>Escala:</b> Ordinal  <b>Valores:</b> Likert:  (1) Nunca  (2) Raramente  (3) Ocasionalmente  (4) Frecuentemente  (5) Muy frecuente
			¿El servicio que brinda a los usuarios contiene algún valor agregado?		
		Productividad	¿El servicio brindado por la UGEL N°12 lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad?		
			¿Los procesos del área administrativa respecto a los tramites documentarios son claros y precisos?		
		Optimización de recursos	¿Considera usted realizan mejoras en el proceso de trabajo para aumentar el rendimiento de los empleados de la institución?		
			¿En el desarrollo de un trabajo u objetivo a alcanzar por parte de los trabajadores buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia?		
		Liderazgo	¿Considera usted el jefe inmediato superior de la institución motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos de la institución?		
			¿Considera usted que los jefes superiores son comunicativos?		
		Mercado competitivo	Posición que ocupa		
	¿Considera usted que UGEL N°12 es considerada la mejor institución gubernamental de la provincia de Canta?				
	Definición de objetivos		¿Considera usted que las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos?		
			¿Considera usted que los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros?		
	Estrategias para alcanzar los objetivos		¿Considera usted que la UGEL N° 12 cuentan con los recursos necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente?		
			¿Considera usted que en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes?		
	Experiencias del cliente	Trato recibido	¿Considera usted que la UGEL N°12 recibes constantes quejas de los usuarios?		
			¿Considera usted que los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios?		
		Actitud del personal de atención	¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario?		
			¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 ayudan al usuario en el llenado de algún formato para que presente a la institución?		
Tiempo de espera		¿Considera usted que el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12?			
		¿Considera usted que los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos?			

**ANEXO N° 5 Matriz de Operacionalización del Instrumento. Variable 2 Satisfacción de los Usuarios.**

**Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 - Canta, 2021**

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Instrumento	Medición
Satisfacción de los usuarios	Sentimientos	Persuasión racional	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite?	Cuestionario	
			¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación?		
		Persuasión emocional	¿Considera usted que cuando recibe una negativa de atención el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias?		
			¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables?		
	Desempeño percibido	Rendimiento percibido por el cliente	¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad?		
			¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado satisface las necesidades de los usuarios?		
		Obtención de resultados por los servicios recibidos	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados?		
			¿Considera usted que los usuarios quedan satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos por la institución?		
		Opiniones de otras personas	¿Considera usted que las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios es favorable?		
			¿Considera usted que las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toma para que mejore los servicios que brinda a los usuarios?		
		Ánimo del usuario al servicio	¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos?		
			¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van descontentos?		
	Expectativas	Servicio deseado	¿Considera usted que los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas?		
			¿Considera usted que los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir?		
		Servicio adecuado	¿Considera usted que la atención brindada es competente y eficaz?		
			¿Los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas?		

**Escala:**  
Ordinal

**Valores:**  
Likert:

(1) Nunca

(2) Raramente

(3) Ocasionalmente

(4) Frecuentemente

(5) Muy frecuente

**ANEXO N° 6 El Instrumento de Investigación. Variable 1. Calidad de Servicio**  
**Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa**  
**Local N° 12 - Canta, 2021**

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y SISTEMAS**

**CUESTIONARIO**

**Información:** Estimado Sr. (a), éste es un cuestionario que permitirá recoger información respecto a la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios. Tiene como objetivo determinar su relación de ambas variables mencionadas. Se le invita a responder sinceramente teniendo en consideración que todo lo que usted responda tiene carácter confidencialidad y solamente será usada para la presente investigación. Se le agradece por anticipado su apoyo en el desarrollo del presente cuestionario.

**Instrucciones:**

Por favor, lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marca una sola respuesta que considere la correcta:

ESCALA				
1	2	3	4	5
Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuente

N°	VI Calidad de servicio	ESCALA				
	D1 Competitividad de una organización	1	2	3	4	5
1	¿Los servicios que brinda la institución a los usuarios es de calidad manteniéndolos satisfechos?					
2	¿El servicio que brinda a los usuarios contiene algún valor agregado?					
3	¿El servicio brindado por la UGEL N°12 lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad?					
4	¿Los procesos del área administrativa respecto a los tramites documentarios son claros y precisos?					
5	¿Considera usted realizan mejoras en el proceso de trabajo para aumentar el rendimiento de los empleados de la institución?					
6	¿En el desarrollo de un trabajo u objetivo a alcanzar por parte de los trabajadores buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia?					
7	¿Considera usted el jefe inmediato superior de la institución motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos de la institución?					
8	¿Considera usted que los jefes superiores son comunicativos?					
	D2 Mercado competitivo	1	2	3	4	5
9	¿Considera usted que la UGEL N°12 lleva un registro de la cantidad de atenciones que realizan a los usuarios?					

10	¿Considera usted que UGEL N°12 es considerada la mejor institución gubernamental de la provincia de Canta?					
11	¿Considera usted que las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos?					
12	¿Considera usted que los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros?					
13	¿Considera usted que la UGEL N° 12 cuentan con los recursos necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente?					
14	¿Considera usted que en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes?					
	D3 Experiencias del cliente	1	2	3	4	5
15	¿Considera usted que la UGEL N°12 recibe constantes quejas de los usuarios?					
16	¿Considera usted que los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios?					
17	¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario?					
18	¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 ayudan al usuario en el llenado de algún formato para que presente a la institución?					
19	¿Considera usted que el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12?					
20	¿Considera usted que los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos?					

**ANEXO N° 7 El Instrumento de Investigación. Variable 2 Satisfacción de los Usuarios.  
Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa  
Local N° 12 - Canta, 2021**

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y SISTEMAS**

**CUESTIONARIO**

**Información:** Estimado Sr. (a), éste es un cuestionario que permitirá recoger información respecto a la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios. Tiene como objetivo determinar su relación de ambas variables mencionadas. Se le invita a responder sinceramente teniendo en consideración que todo lo que usted responda tiene carácter confidencialidad y solamente será usada para la presente investigación. Se le agradece por anticipado su apoyo en el desarrollo del presente cuestionario.

**Instrucciones:**

Por favor, lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marca una sola respuesta que considere la correcta:

ESCALA				
1	2	3	4	5
Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy frecuente

N°	V2 Satisfacción de los usuarios	ESCALA				
	D1 Los sentimientos	1	2	3	4	5
21	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite?					
22	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación?					
23	¿Considera usted que cuando recibe una negativa de atención el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias?					
24	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables?					
	D2 Desempeño percibido	1	2	3	4	5
25	¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad?					
26	¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado satisface las necesidades de los usuarios?					
27	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados?					

28	¿Considera usted que los usuarios quedan satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos por la institución?					
29	¿Considera usted que las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios es favorable?					
30	¿Considera usted que las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toma para que mejore los servicios que brinda a los usuarios?					
31	¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos?					
32	¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van descontentos?					
	D3 Las expectativas	1	2	3	4	5
33	¿Considera usted que los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas?					
34	¿Considera usted que los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir?					
35	¿Considera usted que la atención brindada es competente y eficaz?					
36	¿Los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas?					

## ANEXO N° 8 Confiabilidad y Validez del instrumento

**Tabla 47**

**Estadística de fiabilidad de la variable 1: Calidad de servicio.**

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,861	0,862	20

**Tabla 48**

**Estadística de fiabilidad de la variable 2: Satisfacción de los usuarios.**

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,817	0,818	16

**Figura 39**

**Interpretación del Coeficiente Alfa de Cronbach**

**Interpretación del coeficiente alfa de Cronbach**

Intervalos	Interpretación
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,00	Confiabilidad perfecta

Fuente: Herrera, A (1998). *Notas sobre Psicometría*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia

**Interpretación:**

El estadístico Alfa de Cronbach dio como resultado 0,861 para la variable 1: Calidad de servicio, el cual se encuentra entre 0,72 a 0,99 cuya interpretación es excelente confiabilidad. Para la variable 2: Satisfacción de los usuarios, el estadístico Alfa de Cronbach dio como resultado 0,817 encontrándose también en el rango de 0,72 a 0,99 con excelente confiabilidad.

**Figura 40**

*Validez del instrumento por juicio de experto VI Calidad de servicio*

Calidad de servicio							
ITEMS	EXPERTOS			SUMA	PROMEDIO	DESV. EST.	VARIANZA
	E1	E2	E3				
1	5	5	5	15	5.00	0.000	0.00
2	5	3	4	12	4.00	1.00	1.00
3	4	2	4	10	3.33	1.15	1.33
4	5	5	3	13	4.33	1.15	1.33
5	4	5	3	12	4.00	1.000	1.00
6	5	3	4	12	4.00	1.00	1.00
7	3	4	4	11	3.67	0.58	0.33
8	5	5	5	15	5.00	0.00	0.00
9	4	4	3	11	3.67	0.58	0.33
10	4	3	4	11	3.67	0.58	0.33
11	5	4	4	13	4.33	0.58	0.33
12	4	4	4	12	4.00	0.00	0.00
13	3	4	4	11	3.67	0.58	0.33
14	2	5	5	12	4.00	1.73	3.00
15	4	3	4	11	3.67	0.58	0.33
16	4	5	4	13	4.33	0.58	0.33
17	3	3	4	10	3.33	0.58	0.33
18	4	5	3	12	4.00	1.00	1.00
19	5	3	4	12	4.00	1.00	1.00
20	5	4	4	13	4.33	0.58	0.33
Total	83	79	79	241	80.33	2.3094	5.33333

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

$$K = 20$$

$$S_i^2 = 5.3333$$

$$S_t^2 = 28.4444$$

$$\alpha = \frac{20}{20-1} \left( 1 - \frac{5.3333}{28.4444} \right)$$

$$\alpha = 86$$

Escala de validez	
0,53 a menos	Validez nula
0,54 a 0,59	Validez baja
0,60 a 0,65	Válida
0,66 a 0,71	Muy válida
0,72 a 0,99	Excelente Validez
1,00	Validez perfecta

Fuente: Herrera (1998)

**Interpretación:**

La variable V1 Calidad de servicio tiene excelente validez

**Figura 41**

*Validez del instrumento por juicio de experto V2 Satisfacción de los usuarios*

Satisfacción de los usuarios							
ITEMS	EXPERTOS			SUMA	PROMEDIO	DESV. EST.	VARIANZA
	E1	E2	E3				
1	5	4	4	13	4.33	0.577	0.33
2	4	5	4	13	4.33	0.58	0.33
3	3	3	5	11	3.67	1.15	1.33
4	4	4	3	11	3.67	0.58	0.33
5	5	3	4	12	4.00	1.000	1.00
6	3	4	4	11	3.67	0.58	0.33
7	4	5	4	13	4.33	0.58	0.33
8	2	4	5	11	3.67	1.53	2.33
9	4	4	5	13	4.33	0.58	0.33
10	5	4	4	13	4.33	0.58	0.33
11	3	4	4	11	3.67	0.58	0.33
12	4	5	4	13	4.33	0.58	0.33
13	3	3	5	11	3.67	1.15	1.33
14	4	4	3	11	3.67	0.58	0.33
15	5	4	4	13	4.33	0.58	0.33
16	4	3	4	11	3.67	0.58	0.33
Total	62	63	66	191	63.67	2.0817	4.33333

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

$$K = 16$$

$$S_i^2 = 4.3333$$

$$S_t^2 = 18.7778$$

$$\alpha = \frac{16}{16-1} \left( 1 - \frac{4.3333}{18.7778} \right)$$

$$\alpha = 82$$

Escala de validez	
0,53 a menos	Validez nula
0,54 a 0,59	Validez baja
0,60 a 0,65	Válida
0,66 a 0,71	Muy válida
0,72 a 0,99	Excelente Validez
1,00	Validez perfecta

Fuente: Herrera (1998)

**Interpretación:**

La variable V2 Satisfacción de los usuarios tiene excelente validez.

## VALIDEZ DE EXPERTOS

### I. DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del validador	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento de validación	Autores de la investigación
Calderón Cruz José Adrián	Docente universitario	Calidad de servicio Satisfacción de los usuarios	Bach. Chauca Llimpe Kelia Bach. Roque Llacsa Tania Isabel

### TITULO DE LA TESIS:

Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 - Canta, 2021

### II. ESCALA DE CALIFICACIÓN PARA LA VALIDACIÓN:

Sr. Jurado lea las siguientes preguntas que se aplicara en la investigación y a su opinión personal considere si es pertinente para la investigación en base a la siguiente puntuación:

ESCALA				
1	2	3	4	5
Deficiente	Confuso	Regular	Bien claro	Muy claro y completo

Variable 1: Calidad de servicio

N°	ÍTEMS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	¿Los servicios que brinda la institución a los usuarios es de calidad manteniéndolos satisfechos?					X
2	¿El servicio que brinda a los usuarios contiene algún valor agregado?					X
3	¿El servicio brindado por la UGEL N°12 lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad?				X	
4	¿Los procesos del área administrativa respecto a los tramites documentarios son claros y precisos?					X
5	¿Considera usted realizan mejoras en el proceso de trabajo para aumentar el rendimiento de los empleados de la institución?				X	
6	¿En el desarrollo de un trabajo u objetivo a alcanzar por parte de los trabajadores buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia?					X

7	¿Considera usted el jefe inmediato superior de la institución motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos de la institución?			X		
8	¿Considera usted que los jefes superiores son comunicativos?					X
	D2 Mercado competitivo	1	2	3	4	5
9	¿Considera usted que la UGEL N°12 lleva un registro de la cantidad de atenciones que realizan a los usuarios?				X	
10	¿Considera usted que UGEL N°12 es considerada la mejor institución gubernamental de la provincia de Canta?				X	
11	¿Considera usted que las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos?					X
12	¿Considera usted que los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros?				X	
13	¿Considera usted que la UGEL N° 12 cuentan con los recursos necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente?			X		
14	¿Considera usted que en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes?			X		
	D3 Experiencias del cliente	1	2	3	4	5
15	¿Considera usted que la UGEL N°12 recibe constantes quejas de los usuarios?				X	
16	¿Considera usted que los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios?			X		
17	¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario?			X		
18	¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 ayudan al usuario en el llenado de algún formato para que presente a la institución?				X	
19	¿Considera usted que el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12?			X		
20	¿Considera usted que los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos?					X

Variable 2: Satisfacción de los usuarios

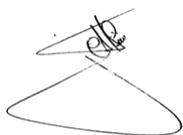
N°	D1 Los sentimientos	ESCALA				
		1	2	3	4	5
21	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite?					X
22	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación?				X	
23	¿Considera usted que cuando recibe una negativa de atención el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias?			X		
24	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables?				X	
	D2 Desempeño percibido	1	2	3	4	5
25	¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad?					X
26	¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado satisface las necesidades de los usuarios?			X		
27	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados?				X	
28	¿Considera usted que los usuarios quedan satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos por la institución?			X		
29	¿Considera usted que las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios son favorables?				X	
30	¿Considera usted que las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toman para que mejore los servicios que brinda a los usuarios?					X
31	¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos?			X		
32	¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van descontentos?				X	
	D3 Las expectativas	1	2	3	4	5
33	¿Considera usted que los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas?			X		
34	¿Considera usted que los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir?				X	
35	¿Considera usted que la atención brindada es competente y eficaz?					X
36	¿Los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas?				X	

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

Se puede aplicar a la muestra.....

**IV. RECOMENDACIONES**

.....  
.....  
.....

Lugar y fecha	N° de DNI	Firma del experto	Grado académico
Lima 30 de noviembre 2022	43275401		Maestro

## VALIDEZ DE EXPERTOS

### II. DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del validador	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento de validación	Autores de la investigación
Ortiz Briceño Charles Augusto	Docente universitario	Calidad de servicio  Satisfacción de los usuarios	Bach. Chauca Llimpe Kelia  Bach. Roque Llacsa Tania Isabel

### TITULO DE LA TESIS:

Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 - Canta, 2021

### II. ESCALA DE CALIFICACIÓN PARA LA VALIDACIÓN:

Sr. Jurado lea las siguientes preguntas que se aplicara en la investigación y a su opinión personal considere si es pertinente para la investigación en base a la siguiente puntuación:

ESCALA				
1	2	3	4	5
Deficiente	Confuso	Regular	Bien claro	Muy claro y completo

Variable 1: Calidad de servicio

N°	ITEMS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	¿Los servicios que brinda la institución a los usuarios es de calidad manteniéndolos satisfechos?					X
2	¿El servicio que brinda a los usuarios contiene algún valor agregado?			X		
3	¿El servicio brindado por la UGEL N°12 lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad?			X		
4	¿Los procesos del área administrativa respecto a los tramites documentarios son claros y precisos?					X
5	¿Considera usted realizan mejoras en el proceso de trabajo para aumentar el rendimiento de los empleados de la institución?					X
6	¿En el desarrollo de un trabajo u objetivo a alcanzar por parte de los trabajadores buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia?			X		

7	¿Considera usted el jefe inmediato superior de la institución motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos de la institución?				X	
8	¿Considera usted que los jefes superiores son comunicativos?			X		
	D2 Mercado competitivo	1	2	3	4	5
9	¿Considera usted que la UGEL N°12 lleva un registro de la cantidad de atenciones que realizan a los usuarios?				X	
10	¿Considera usted que UGEL N°12 es considerada la mejor institución gubernamental de la provincia de Canta?			X		
11	¿Considera usted que las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos?				X	
12	¿Considera usted que los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros?				X	
13	¿Considera usted que la UGEL N° 12 cuentan con los recursos necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente?				X	
14	¿Considera usted que en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes?					X
	D3 Experiencias del cliente	1	2	3	4	5
15	¿Considera usted que la UGEL N°12 recibe constantes quejas de los usuarios?			X		
16	¿Considera usted que los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios?					X
17	¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario?			X		
18	¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 ayudan al usuario en el llenado de algún formato para que presente a la institución?					X
19	¿Considera usted que el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12?			X		
20	¿Considera usted que los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos?				X	

Variable 2: Satisfacción de los usuarios

N°	D1 Los sentimientos	ESCALA				
		1	2	3	4	5
21	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite?				X	
22	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación?					X
23	¿Considera usted que cuando recibe una negativa de atención el personal de la UGEL N°12 lo persuade adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias?			X		
24	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables?				X	
	D2 Desempeño percibido	1	2	3	4	5
25	¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad?			X		
26	¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado satisface las necesidades de los usuarios?				X	
27	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados?					X
28	¿Considera usted que los usuarios quedan satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos por la institución?				X	
29	¿Considera usted que las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios son favorables?				X	
30	¿Considera usted que las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toman para que mejore los servicios que brinda a los usuarios?				X	
31	¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos?				X	
32	¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van descontentos?			X		
	D3 Las expectativas	1	2	3	4	5
33	¿Considera usted que los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas?			X		
34	¿Considera usted que los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir?				X	
35	¿Considera usted que la atención brindada es competente y eficaz?				X	
36	¿Los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas?			X		

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

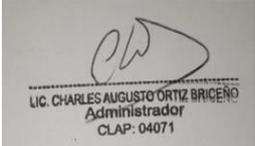
Opino que se aplique en la encuesta.....

**IV. RECOMENDACIONES**

.....

.....

.....

Lugar y fecha	N° de DNI	Firma del experto	Grado académico
Lima 28 de noviembre 2022	10549111	 LIC. CHARLES AUGUSTO ORTIZ BRICEÑO Administrador CLAP: 04071	Maestro

## VALIDEZ DE EXPERTOS

### III. DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del validador	Cargo o institución donde labora	Nombre del instrumento de validación	Autores de la investigación
Peñares Dolorier Juan Edilberto	Docente universitario	Calidad de servicio Satisfacción de los usuarios	Bach. Chauca Llimpe Kelia  Bach. Roque Llacsá Tania Isabel

### TITULO DE LA TESIS:

Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en la Unidad de Gestión Educativa Local N° 12 - Canta, 2021

### II. ESCALA DE CALIFICACIÓN PARA LA VALIDACIÓN:

Sr. Jurado lea las siguientes preguntas que se aplicara en la investigación y a su opinión personal considere si es pertinente para la investigación en base a la siguiente puntuación:

ESCALA				
1	2	3	4	5
Deficiente	Confuso	Regular	Bien claro	Muy claro y completo

Variable 1: Calidad de servicio

N°	ITEMS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	¿Los servicios que brinda la institución a los usuarios es de calidad manteniéndolos satisfechos?					X
2	¿El servicio que brinda a los usuarios contiene algún valor agregado?				X	
3	¿El servicio brindado por la UGEL N°12 lo realizan en el menor tiempo posible, con un alto grado de calidad?				X	
4	¿Los procesos del área administrativa respecto a los tramites documentarios son claros y precisos?			X		
5	¿Considera usted realizan mejoras en el proceso de trabajo para aumentar el rendimiento de los empleados de la institución?			X		
6	¿En el desarrollo de un trabajo u objetivo a alcanzar por parte de los trabajadores buscan lograr mejores resultados con mayor eficiencia o mejor eficacia?				X	

7	¿Considera usted el jefe inmediato superior de la institución motiva al equipo de trabajo a fin de lograr los objetivos de la institución?				X	
8	¿Considera usted que los jefes superiores son comunicativos?			X		
	D2 Mercado competitivo	1	2	3	4	5
9	¿Considera usted que la UGEL N°12 lleva un registro de la cantidad de atenciones que realizan a los usuarios?			X		
10	¿Considera usted que UGEL N°12 es considerada la mejor institución gubernamental de la provincia de Canta?				X	
11	¿Considera usted que las áreas de la UGEL N°12 trabajan objetivos definidos?				X	
12	¿Considera usted que los objetivos definidos de la UGEL N°12 son claros?				X	
13	¿Considera usted que la UGEL N° 12 cuentan con los recursos necesarios a fin de desarrollar tu trabajo adecuadamente?				X	
14	¿Considera usted que en el desarrollo de su trabajo la UGEL N° 12 a obtenido logros importantes?					X
	D3 Experiencias del cliente	1	2	3	4	5
15	¿Considera usted que la UGEL N°12 recibe constantes quejas de los usuarios?				X	
16	¿Considera usted que los trabajadores aceptan ideas y opiniones de los usuarios?				X	
17	¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 mantiene una actitud de interés hacia todo lo relacionado con el usuario?				X	
18	¿Considera usted que el personal de la UGEL N°12 ayudan al usuario en el llenado de algún formato para que presente a la institución?			X		
19	¿Considera usted que el tiempo en dar respuesta de algún trámite al usuario es importante para los trabajadores de la UGEL N°12?				X	
20	¿Considera usted que los usuarios recogen los resultados de sus trámites más allá de los plazos establecidos?				X	

Variable 2: Satisfacción de los usuarios

N°	D1 Los sentimientos	ESCALA				
		1	2	3	4	5
21	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 explica claramente las causas del retraso de un trámite?				X	
22	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 le explica claramente los motivos del rechazo de documentación?				X	
23	¿Considera usted que cuando recibe una negativa de atención el personal de la UGEL N°12 lo persuade					X

	adecuadamente para cambiar de parecer para que el usuario se retire sin molestias?					
24	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 empatiza usted fácilmente en circunstancias no favorables?			X		
	D2 Desempeño percibido	1	2	3	4	5
25	¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado por el personal de la UGEL N°12 a los usuarios son de calidad?				X	
26	¿Considera usted que el desempeño por el servicio brindado satisface las necesidades de los usuarios?				X	
27	¿Considera usted que el personal de la UGEL N° 12 procuran no recibir quejas por los resultados de los servicios inadecuados?				X	
28	¿Considera usted que los usuarios quedan satisfechos con los resultados obtenidos de los servicios recibidos por la institución?					X
29	¿Considera usted que las opiniones de terceras personas sobre el desempeño del servicio brindado a los usuarios son favorables?					X
30	¿Considera usted que las opiniones de insatisfacción de los usuarios se toman para que mejore los servicios que brinda a los usuarios?				X	
31	¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van contentos?				X	
32	¿Considera usted que los usuarios del servicio después de realizar sus trámites se van descontentos?				X	
	D3 Las expectativas	1	2	3	4	5
33	¿Considera usted que los servicios brindados al usuario cumplen sus expectativas?				X	
34	¿Considera usted que los servicios que se brindan al usuario son los que esperan recibir?			X		
35	¿Considera usted que la atención brindada es competente y eficaz?				X	
36	¿Los servicios brindados al usuario sobrepasan sus expectativas?				X	

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

Recomiendo aplicar el cuestionario en la encuesta.....

**IV. RECOMENDACIONES**

.....

.....

.....

Lugar y fecha	N° de DNI	Firma del experto	Grado académico
Lima 28 de noviembre 2022	20088617		Maestro

## ANEXO N° 9 La data de procesamiento de datos.

N°	V1 Calidad de servicio															V2 Satisfacción de los usuarios																					
	D1 Competitividad de una organización							D2 Mercado competitivo					D3 Experiencias del cliente			D4 Sentimientos				D5 Desempeño percibido					D6 Expectativas												
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	
1	3	1	2	3	1	2	1	1	2	1	2	3	1	3	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	3	
2	3	3	3	2	3	2	1	3	2	2	1	3	1	3	2	3	1	3	3	2	2	1	2	1	4	2	1	2	3	2	2	2	1	2	1		
3	3	3	4	1	3	2	1	3	2	2	4	3	2	2	2	3	4	3	5	3	3	2	5	2	1	3	2	2	2	3	2	2	2	3	4	3	
4	3	4	3	3	3	3	2	1	2	3	3	2	1	2	2	1	3	2	3	3	3	1	1	3	4	3	1	2	2	3	2	2	2	3	4	3	
5	3	4	2	3	3	1	3	1	1	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	2	4	1	2	3	2	3	3	
6	2	3	3	1	3	3	4	4	1	2	1	1	2	1	3	4	4	3	3	4	2	3	3	2	3	4	2	3	2	3	4	3	3	4	3	2	
7	4	4	3	2	1	3	4	4	3	2	4	2	2	3	3	4	1	1	2	3	3	4	3	2	4	2	4	1	3	4	4	2	1	4	4	3	
8	2	3	4	2	4	3	3	4	2	2	3	3	5	2	1	4	5	4	4	4	3	4	1	3	4	1	3	4	4	4	2	3	4	2	2	2	
9	3	2	2	4	4	3	3	5	4	4	3	5	4	4	4	1	2	4	2	3	2	1	4	3	3	1	3	3	4	5	1	3	2	1	5	2	
10	4	2	2	5	2	4	2	3	2	4	2	4	5	1	5	5	5	3	2	1	2	2	1	2	2	1	3	4	2	2	2	3	1	5	3	4	
11	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	1	4	3	3	3	4	5	5	2	5	3	4	4	1	2	2	2	2	4	5	2	2	3	2	3	2	
12	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	2	2	1	3	3	2	4	2	2	5	2	4	4	4	2	2	1	4	4	4	3	4	1	2	2	
13	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	5	4	3	2	4	2	2	1	4	5	1	5	1	2	4	4	1	1	
14	1	2	1	1	3	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	2	1	1	3	2	4	2	1	2	1	2	2	1	
15	2	3	2	1	3	2	1	2	1	5	3	5	5	2	2	1	3	2	1	2	1	2	3	1	1	4	2	1	4	2	1	1	1	3	1	1	
16	4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	5	4	3	1	2	3	2	1	2	1	2	1	4	2	1	2	1	2	1	3	2
17	3	3	2	3	1	2	1	4	2	1	2	3	4	3	1	4	2	2	2	5	1	4	2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	4	2	4	2	3
18	3	3	3	2	3	2	1	3	2	2	4	3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	4	2	3	2	3	2	2	2	4	2	4	
19	3	3	4	1	3	2	1	3	2	2	4	3	2	2	2	3	4	3	5	3	3	2	3	4	1	3	2	2	2	3	2	2	2	3	4	3	
20	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	3	2	4	2	4	3	2	3	3	3	1	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	4	3	
21	3	4	2	3	3	4	3	4	1	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	2	4	3	2	2	3	2	3	
22	2	3	3	1	3	3	4	4	1	2	1	1	4	1	3	4	4	3	3	4	2	3	3	2	3	4	2	3	2	3	4	3	3	4	3	2	
23	4	4	3	2	1	3	4	4	3	2	4	2	2	3	3	4	1	1	2	3	3	1	3	5	4	5	4	1	3	4	4	2	1	4	4	3	
24	2	3	4	2	4	3	3	4	2	2	3	3	5	2	1	4	3	4	4	4	3	2	4	3	4	2	3	3	4	4	5	2	3	4	3	2	
25	3	2	2	4	4	3	3	5	4	4	3	5	4	4	1	5	4	4	3	2	1	4	3	3	2	3	3	4	5	4	3	4	2	5	4	4	
26	4	2	2	5	2	4	2	3	2	4	2	4	5	1	5	5	5	3	2	1	2	2	4	2	2	1	3	4	2	4	4	3	1	5	3	4	
27	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	5	3	2	3	3	2	4	4	5	5	5	2	4	2	2	2	4	3	3	3	
28	3	3	4	2	4	5	4	2	4	3	3	2	2	2	1	3	1	1	4	2	2	5	2	4	4	4	4	3	1	1	4	4	3	4	1	3	
29	4	5	4	2	4	2	1	2	4	2	2	4	4	1	2	4	2	4	5	4	3	5	4	2	2	5	4	5	4	2	3	1	4	2	3	3	
30	3	2	4	3	3	2	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	4	2	3	4	2	5	2	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	2	4	
31	2	3	2	1	3	2	4	2	1	5	3	4	5	2	2	4	3	2	1	2	1	2	3	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	2	3	1	
32	4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	5	4	3	4	2	3	2	3	2	4	2	3	4	2	1	3	1	3	2	
33	3	3	2	3	1	2	1	4	2	1	2	3	4	3	1	4	2	2	2	5	1	4	3	2	2	2	2	2	2	5	5	4	2	4	2	3	
34	3	3	3	2	3	2	4	3	2	2	4	3	4	3	2	3	4	3	3	2	2	3	4	2	1	4	2	5	2	3	2	2	4	4	2	2	
35	3	3	4	5	3	2	5	3	2	2	4	3	2	2	2	3	4	3	5	3	3	1	5	4	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	4	3	
36	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	3	2	4	2	2	4	3	2	3	3	1	4	4	3	5	3	3	2	4	3	5	4	2	3	4	3	
37	3	4	2	3	3	1	3	1	1	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	1	2	4	5	2	3	5	4	3	8	3	2	3	3	
38	2	3	3	1	3	3	4	4	1	2	1	1	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	5	3	2	3	5	3	3	4	3	2		
39	4	4	3	5	4	3	4	4	3	2	4	2	4	3	3	4	3	3	4	3	4	1	3	4	5	2	4	5	3	4	4	2	1	4	4	3	
40	2	3	4	2	4	3	3	4	4	2	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	3	3	4	5	2	
41	3	4	2	4	4	4	3	5	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	5	5	3	2	5	5	2	
42	4	5	2	5	5	4	2	3	5	4	2	4	5	4	5	5	5	3	2	4	5	5	4	3	5	3	3	4	2	4	4	3	4	4	5	3	4
43	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	3	4	5	5	2	5	5	3	4	4	5	5	5	2	4	4	3	4	4	4	5	5	3
44	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5

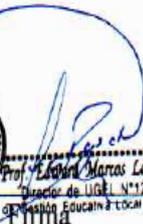
**ANEXO N° 10 Consentimiento informado.****CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Yo, Edward Marcos La Rosa Díaz, identificado con Documento Nacional de Identidad N° 15738439, con domicilio en Jr. Cáceres s/n Plaza de Armas - Santa autorizo que sea utilizada la información que brinde en el cuestionario de preguntas (encuesta) junto con el registro fotográfico para fines de investigación.

Que he sido informado(a), que la información aportada durante el proceso de la investigación, está sujeta a secreto profesional y que, por lo tanto, no puede ser divulgada a terceras personas sin mi consentimiento expreso, y será utilizada únicamente con el único fin de investigación.

Finalmente, afirmo que me han explicado y aclarado todas las dudas.

En constancia, firmo autorizando el presente consentimiento informado

  
  
Prof. Edward Marcos La Rosa Díaz  
Docente de UGEL N°12 - Santa  
Unidad de Gestión Educativa Local N°12 - Santa  
Pírra

**ANEXO N° 11 Fotos de la aplicación del instrumento**





