

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**ESCUELA DE POSGRADO**



**Calidad de servicio y satisfacción del usuario en una empresa de  
servicios educativos de la ciudad de Chiclayo**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
MAESTRO EN FORMACIÓN DIRECTIVA Y GOBIERNO DE LAS  
PERSONAS**

**AUTOR**

**Jenny Magaly Ynga Diaz**

**ASESOR**

**Guillermo Juan Masias Cabanillas Holguin**

**<https://orcid.org/0000-0003-4234-8390>**

**Chiclayo, 2023**

**Calidad de servicio y satisfacción del usuario en una empresa  
de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo**

PRESENTADA POR

**Jenny Magaly Ynga Diaz**

A la Escuela de Posgrado de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el grado académico de  
**MAESTRO EN FORMACIÓN DIRECTIVA Y GOBIERNO DE LAS  
PERSONAS**

APROBADA POR

Rafael Camilo Girón Córdova

PRESIDENTE

Rony Edinsón Prada Chapoñan

SECRETARIO

Guillermo Juan Masias Caballero Holguin

VOCAL

## **Dedicatoria**

Dedico esta investigación a mi familia quienes son mi mayor motivo de vida y mi apoyo desde el primer momento que decidí continuar con esta meta. Gracias a sus mejores consejos, afán de superación y amor, me guiaron a tomar buenas decisiones.

La autora.

## **Agradecimiento**

A Dios primero por darme la vida. A mis padres, por brindarme formación y ética, y, finalmente, a aquellos trabajadores de la Institución Educativa ICEPRE, quienes a través de la información que me brindaron, me permitirán juntos lograr una atención de calidad para los usuarios que acuden a ser atendidos en dicha Institución.

La autora.

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

18

%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

### FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

5%

2

[repositorio.ucv.edu.pe](http://repositorio.ucv.edu.pe)

Fuente de Internet

3%

3

Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de  
Chimbote

Trabajo del estudiante

2%

4

[hdl.handle.net](http://hdl.handle.net)

Fuente de Internet

1%

5

[core.ac.uk](http://core.ac.uk)

Fuente de Internet

1%

6

Submitted to Universidad del Norte, Colombia

Trabajo del estudiante

1%

7

Submitted to Universidad Tecnologica del Peru

Trabajo del estudiante

<1%

8

Submitted to Universidad Alas Peruanas

Trabajo del estudiante

<1%

---

## Índice

<b>Resumen</b> .....	6
<b>Abstract</b> .....	7
<b>Introducción</b> .....	8
<b>Revisión de literatura Antecedentes</b> .....	12
<b>Materiales y métodos</b> .....	19
<b>Resultados y discusión</b> .....	23
<b>Conclusiones</b> .....	36
<b>Recomendaciones</b> .....	38
<b>Referencias</b> .....	40
<b>Anexos</b> .....	44

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo. La metodología tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional y diseño no experimental de corte transversal, como técnica se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario el cual está compuesto por 19 ítem y 5 categorías para la medir la variable Calidad de servicio y 10 ítem con 5 categorías para el cuestionario que medirá la variable Satisfacción del usuario, se tuvo como muestra a 215 usuarios que pertenecen a la empresa de servicios educativos. En cuanto a los resultados se identifica que la Calidad de servicio se encuentra en un 67% (en la categoría de siempre), en cuanto a Satisfacción del usuario se encuentra en un 63,3% (en la categoría de siempre). Así mismo, en la estadística inferencial el coeficiente Rho de Spearman es ( $r= 0,542$ ) y de acuerdo al baremo de estimación se establece que, si existe una correlación positiva considerable, además el nivel de significancia es menor a 0,005, indicando que si existe relación entre calidad de servicio y satisfacción del usuario. Concluyendo además que si existe relación significativa entre las dimensiones de la variable calidad de servicio y la variable Satisfacción del usuario.

**Palabras clave:** Calidad de servicio, Satisfacción del usuario.

### **Abstract**

The objective of the research was to determine the relationship between the quality of the service and user satisfaction in an educational services company in the city of Chiclayo. The methodology had a quantitative approach, of a descriptive correlational type and a non-experimental cross-sectional design, the survey was used as a technique and the questionnaire was used as an instrument, which is made up of 19 items and 5 categories to measure the variable Quality of service and 10 Item with 5 categories for the questionnaire that will measure the user satisfaction variable, 215 users belonging to the educational services company were sampled. Regarding the results, it is identified that the Quality of service is at 67% (in the usual category), in terms of User Satisfaction it is at 63.3% (in the usual category). Likewise, in inferential statistics, Spearman's Rho coefficient is ( $r= 0.542$ ) and according to the estimation scale it is established that, if there is a considerable positive correlation, the significance level is also less than 0.005, indicating that if there is relationship between service quality and user satisfaction. Also concluding that there is a significant relationship between the dimensions of the quality of service variable and the user satisfaction variable.

**Keywords:** Quality of service, User satisfaction.

## **Introducción**

Con el paso del tiempo, las empresas se han vuelto más competitivas debido al avance tecnológico que se ve reflejado a nivel mundial, puesto que su mayor concentración en estas radica en innovar, minimizar costos, maximizar sus utilidades y retener aquellos trabajadores leales y eficientes al momento de realizar sus actividades, con el fin de formar parte de aquellas empresas líderes en el mercado. Sin embargo, una de las novedades actuales que más historia tiene es la calidad de servicio, esta herramienta tiene como función clave satisfacer al usuario en las actividades o servicios que brinda, para mantener este factor de calidad de servicio es necesario la capacidad y experiencia para realizar dichas actividades en cualquier unidad de negocio, es por ello que muchas de las entidades competentes aplican esta herramienta para mejorar la productividad y rentabilidad de cada una de sus operaciones con el fin de ser más competitivos y crecer como empresa.

A nivel internacional, (Teixeira et al., 2020) afirma que diversas empresas que utilizan como estándar la calidad de servicio lo hacen con la intención de mejorar sus operaciones, obteniendo mejores resultados, siendo una forma de competir con terceros que realicen actividades específicas, de este modo la calidad de servicio utilizada de manera universal brinda grandes resultados. Dicho de este modo, se concluye que dentro de estas actividades de calidad de servicio cumple de manera estratégica y adecuada las funciones específicas para los tiempos actuales con el único fin de satisfacer al usuario. Su aplicación dentro de estándares ya es muy conocida y trae buenos resultados para los negocios y personas que participan en esto.

Por otro lado, Ruiz (2019) tiene como propósito realizar un análisis en base al fenómeno de la satisfacción del usuario donde existen diversas dificultades lo cual no permite que se realice un análisis enfocado al problema de calidad de servicio (CS) y satisfacción del usuario (SU), de modo que por el sector administrativo esta se ve reflejada a ser utilizada como una técnica que ayuda a mejorar el nivel de competitividad y a la vez a disminuir la insatisfacción del usuario.

En síntesis, es fundamental aplicar estándares de CS en las empresas ya que facilita y a la vez da soluciones óptimas con el fin de ir desarrollando la empresa y a la vez minimizar la mala gestión con respecto al control interno y externo de la empresa.

El tema de Calidad de servicio es fundamental, ya que ayuda a incrementar el rendimiento y la productividad en las empresas con el fin de optimizar la eficiencia de cada uno de sus actividades y por ende ayuda a fortalecer la satisfacción del usuario.

Según (de Souza et al., 2022) consideran que para conceptualizar la CS se debe tener en cuenta el entorno en que se rodea de acuerdo a su rubro, para así realizar un análisis general de la naturaleza y posteriormente la aplicación de la CS en todo el sistema productivo.

Por otro lado, para Vásquez y Rodríguez (2018) tienen como objetivo comprobar la correlación que existe entre la CS y SU en una empresa de créditos y cobranzas, para que por medio de ello se pueda encontrar el problema y se busque soluciones con el fin de mejorarlas. De acuerdo a los resultados la empresa debe mejorar los recursos, herramientas y equipos y a su vez flexibilidad por parte de los clientes. Concluyendo que, uno de los pilares que sobresale en dicha empresa es la motivación que esta les ofrece a sus trabajadores con la finalidad de incrementar su nivel de productividad y por ende la satisfacción al usuario.

En el mercado nacional, (Segev et al., 2022) asume que “Las Pymes constituyen el 98% de los cuatro sectores empresariales establecidos en el Perú, generando una activa representación del 50% del PBI”. El autor hace referencia, que en nuestro país no existe un porcentaje adecuado de trabajadores que cumplan con aquellas características que requieren muchas de las micro empresas en brindar una CS estandarizado para lograr la SU.

A nivel local encontramos que alrededor del 20% de las Pymes han logrado internacionalizar sus productos y/o servicios, pese que el porcentaje no ha sido tan característico. Esto quiere decir que, hoy en día la CS se basa en diseñar aquellos productos y servicios con un fin en específico que es el de explayar su mercado, teniendo como objetivo ser más rentable y a su vez incrementar el nivel de su capital dado respectivamente (Gómez-Carmona et al., 2022).

Para que una empresa funcione de manera correcta se debe utilizar estrategias estandarizadas de calidad de servicio que permitan gestionar bien los procesos y a su vez realizar un análisis general de aquellos problemas o deficiencias que se presente dentro de ella. De tal manera, la calidad de servicio está enfocado principalmente en no consumir recursos innecesarios que perjudiquen la estructura que tiene la empresa en función a sus actividades.

Teniendo un enfoque el contexto del problema la presente investigación se realiza en la Institución de Cooperación Educativa Profesional y Empresarial SAC. - ICEPRE- debidamente identificada con ficha de RUC N° 20561290491, la cual está ubicada en la Av. Francisco Bolognesi N° 316 – Tercer piso en la ciudad de Chiclayo,

Departamento de Lambayeque. Dicha institución, pertenece al sector Educativo, destinada a brindar programas de actualización profesional, tiene como actividad económica la capacitación profesional generando insatisfacción en los usuarios por tener herramientas de comunicación en línea no muy accesibles por los usuario; de la misma forma, las primordiales quejas de los usuarios en correspondencia a la calidad del servicio se centran en que no existe una comunicación fluida para cumplir con los trámites administrativos, ni estándares de calidad (en este caso es exclusivamente virtual). La insatisfacción de los usuarios está relacionada con: la poca importancia que se le da a los nuevos usuarios, ya que perciben que la institución prioriza la atención a los usuarios que ya realizaron los módulos de capacitación; La atención a la admisión de módulos a los talleres es muy lenta, así como la observancia de los talleres primordiales. En tal sentido, el presente estudio tiene como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo. En cuanto a la justificación e importancia la presente investigación se justifica teóricamente, con el fin de aportar conocimientos de la importancia que tiene la calidad de servicio y satisfacción del usuario en dicha institución, así mismo también generar ideas de aquellos negocios, o empresas ya establecidas para que de alguna u otra manera puedan llegar a ser líderes dentro del mercado.

Después de las manifestaciones del problema se plantea la formulación del problema: ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo?

Así mismo, se plantea la hipótesis general: Hipótesis nula: No existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos. Hipótesis alterna: Si existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos. Así mismo, se plantea las hipótesis específicas: Hipótesis nula: No existe relación significativa entre las dimensiones de Calidad de servicio y Satisfacción al usuario, Hipótesis alterna: Si existe relación significativa entre las dimensiones de Calidad de servicio y Satisfacción al usuario.

En cuanto al objetivo general se tiene: Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo. Así mismo se plantea los objetivos específicos: a) Identificar la calidad del servicio en una empresa de servicios educativos b) Indicar el nivel de

satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos c) Establecer la relación entre las dimensiones calidad del servicio y satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos

La importancia de la investigación radica en el diagnóstico de la calidad del servicio y satisfacción del usuario, en una empresa de servicios educativos, con una descripción real y original que permitirá realizar en forma empírica la realidad con los aportes teóricos referentes a las variables de estudio. Por lo tanto, el estudio aportará conocimientos nuevos respecto a dichas variables, caracterizando las cualidades que perciben los usuarios del servicio en la Institución, las cuales influyen en su satisfacción.

Por otro lado, la investigación permitirá conocer las experiencias reales que viven los usuarios en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo y en base a ello se pueden tomar las acciones necesarias con la finalidad de que los usuarios reciban una atención personalizada a la hora de llegar a la Institución.

Así mismo, tiene una justificación social ya que aportará resultados favorables referentes a las variables de estudio, es decir se busca conocer si entre las variables existe relación positiva o negativa y en base a ello también se pueden tomar las mejores decisiones ya sea para afrontar o evitar cualquier deficiencia.

## **Revisión de literatura**

### **Antecedentes**

Hoy en día, la gran parte de empresas buscan herramientas, que de alguna u otra manera ayuden a solucionar aquellos problemas que exista dentro de ella para así no llegar al fracaso, por otro lado, también requieren apoyo de otras con el fin de facilitar aquellas funciones de gestión y reducir costes.

En este contexto se han realizado diferentes estudios internacionales como en el País de México en donde (Blanco González & Font Aranda, 2022) afirma que en el momento actual la calidad de servicio se aplica en empresas a nivel nacional e internacional, y es vista como una táctica que proporciona valor y a la vez coopera con el crecimiento de alguna transformación que se asigne de manera correcta. Sin embargo, es importante también definir aquellas palabras como; eficacia, eficiencia o efectividad, para así lograr desarrollar la CS.

Por otro sector, en México, (Shanmugam & Chandran, 2022) en su investigación que se realizó en el país de México teniendo como objetivo permitir que la empresa contratante sea capaz de cumplir con aquellas actividades o requerimientos que sean favorables para la organización y lograr el desempeño de los objetivos y metas trazada. El método que se aplicó fue cualitativo. En síntesis, la calidad de servicio sirve como herramienta eficiente para realizar aquellas operaciones en una organización, logrando optimizar aquellas funciones prioritarias y satisfacer al cliente.

Así mismo, (Bejarano & Aragón, 2022) considera que la CS consiste en aquella contratación con alguna organización o una tercera persona que tenga la capacidad o se encuentre en las condiciones de realizar un servicio estandarizado y sobre todo aplicarlo. Si bien es cierto, en su gran mayoría las empresas suelen utilizar este método con el fin de minimizar costes.

De la misma manera, para (Alejandro et al., 2022) refiere que la CS y SU nace de acuerdo a los deseos o necesidades que las empresas surgen a lo largo del tiempo y por ende también es considerada como un instrumento de gestión que ayuda a optimizar la productividad con el fin de fortalecer los recursos o medios tecnológicos y mejorar el nivel de competitividad. Para ello, se procedió hacer una investigación de algunas empresas con el fin de determinar si la CS se relaciona con la SU, utilizándose como metodología la revisión sistemática. De tal manera que, en los resultados se denotó que existe un 0.75% de correlación, es decir, si existe un efecto positivo respecto a la

satisfacción del usuario en las empresas. Se concluye que, la CS ayuda de alguna u otra manera a mejorar la gestión y el proceso en las organizaciones con el fin de incrementar el rendimiento y productividad de la misma, manteniendo satisfechos al usuario.

Por otro lado, (Elsa et al., 2022) considera de gran importancia la CS y SU puesto que ambas celebran algún tipo de contratación mediante un laxo por un plazo determinado que lo representa, asimismo esta asigna aquellas actividades que se desarrollaran por la otra entidad. Sin embargo, va a depender mucho la relación que hay en ambas empresas para el buen funcionamiento y el manejo de aquellas funciones.

Por consiguiente, (Chango - Cañaverl et al., 2022) en su investigación realizada en Visa net en la localidad de Trujillo, donde el objeto fue analizar cómo influye la CS y SU con el área de servicio al cliente determinando el nivel de satisfacción por parte de los usuarios. De esta manera se utilizó la metodología descriptiva con un tipo de investigación cualitativa y una muestra de 6400 empresas afiliadas a dicho servicio. Se concluye que es preeminente conocer aquellas consecuencias que se han obtenido de la CS, siendo tan significativos en la imagen, calidad y servicio que brinda Visa net a todos sus usuarios siendo de gran impacto no solo para el cliente final sino también para la organización ya que ayuda para procesar, planificar y ejecutar aquellas acciones para beneficio de la misma.

Por lo tanto, (Jesús et al., 2022) informa que diversas empresas que implementan un estándar de calidad de servicio ya sea como herramienta o estrategia obtienen buenos resultados y benefician a empresas que no tiene la intención de implementar estándares de manera directa a sus clientes. Por ello, todos los buenos resultados que se obtiene al implementar la calidad de servicio permiten obtener menores costos y recursos asignados aquellos gastos de los usuarios con el fin que estos sean retribuidos a otras áreas importantes que complementen con el impulso de las actividades en la empresa, para sí conseguir ser más competitivos en el mercadeo nacional e internacional, trayendo consigo una mejor imagen, mejor financiamiento y ayuda a generar mayor empleo.

(Martínez & Cortésa, 2022) en su investigación que tiene como objetivo diagnosticar herramientas que ayuden a asignar los procesos de una organización con el fin de utilizar herramientas tecnológicas que ayuden a innovar y sobre todo crear ventajas competitivas. La metodología utilizada en el presente artículo de revisión literaria fue documental cualitativo, pasando por un proceso de observación, evaluación e investigación de elementos tangibles cómo impacta la CS en la SU en la empresa. Dicho

de este modo, la investigación finiquita que la CS es fundamental en las organizaciones y que para aplicarla se debe determinar los procesos que ayudan en sí a crear ventajas competitivas dentro de ella.

(Insuasti & Silva, 2022) en su investigación que tiene como propósito analizar la eficiencia de aquellas organizaciones que requieren de este servicio y determinar qué factores tiene una empresa que ya haya utilizado dicho servicio teniendo como referencia información de costos, finanzas, recursos humanos. Así mismo, se utilizó una metodología cualitativa y cuantitativa apoyándose por investigaciones ya realizadas y 11 en la base de datos de México.

En los resultados comprende que la CS y SU cumple un rol significativo tanto a nivel nacional como internacional ya que influyen de manera directa y crean ventajas competitivas en relación de un proceso con el marketing digital. La CS con el objetivo de satisfacer al consumidor, actualmente en las empresas viene siendo una tarea compleja que tienen que enfrentar para poder mantenerse en el mercado.

Para (Marinho et al., 2021) en su indagación titulada “Implicaciones de la figura de la CS y la SU en la legislación laborales y dividendos de las empresas de México: un análisis comparativo” tuvo como propósito determinar alternativas que mejoren la SU teniendo en cuenta la disminución de costos, disminución de los beneficios sociales del país en un periodo post revolucionario. Siguiendo una metodología descriptiva y aplicando herramientas documentarias las empresas logran conseguir implementar la calidad de servicio de manera uniforme a procesos especializados de logra evitar dependencia, mal manejo de la empresa y futuras pérdidas económicas. Es por ello que la CS es un instrumento fundamental que junto con la SU generan cambios, reducción de costos y mejores resultados a corto y largo plazo.

En México, (de Melo et al., 2022) en su indagación tuvo como objetivo explorar la comprensión de la CS, las ventajas y desventajas que posee este para así entender la situación de México, de acuerdo a las estrategias utilizadas con el fin de proponer nuevas líneas de investigación. El método que se empleó fue la revisión bibliométrica. Con respecto al resultado se logró identificar que la CS ayuda a reducir costos y que utilizando esta estrategia ayudará a mejorar la economía. Por ende, se concluye, que las empresas en su gran conjunto suelen utilizar este método de gestión con el fin de reducir costos, innovar, y encontrar soluciones óptimas para el déficit de la misma.

En Perú, (Mendoza-Vargas et al., 2020) considera siete etapas que se aplican en el proceso de CS, por lo que puntualiza que, al hablar de calidad también nos referimos

de aquellos procesos parciales de actividades que ya se realizaban en dicha organización. Sin embargo, hay que tener en cuenta que primero se empieza por la planificación de iniciativas donde se analizan los riesgos, para así determinar las implicaciones estratégicas, es decir las áreas donde se necesita de apoyo para la subcontratación dando a conocer claramente los enfoques tales como la misión, visión, valores, competencias y objetivos organizacionales. Por consiguiente, se procede hacer un análisis de costes y servicios, es decir determinar un presupuesto de aquellas herramientas o equipos a utilizar con el fin de lograr conseguir mejoras en un periodo determinado. En la cuarta etapa se realiza la selección de proveedores, teniendo en cuenta el criterio de evaluación para así identificar cuáles son las más potenciales y posteriormente realizar la negociación donde se fundamenta los puntos claves a tratar con los usuarios. Si bien es cierto, ya en la sexta etapa solo se realiza el proceso de transición es decir comunicar la decisión planteada para que las personas que estén encargado de ello, puedan surgir y mejorar el proceso de gestión y operaciones. Por último, se realiza un seguimiento con personas ya especializadas como gestores para determinar cómo funciona dicho servicio.

Según (Padilla-Meléndez & Bravo-Vallejos, 2019) Sintetizan que los pasos a considerar al momento de realizar el proceso de calidad de servicio son los siguientes: Como origen es asemejar las tareas primordiales que tiene la organización en base al Core bussines y ver en qué posición se encuentra la dirección estratégica, como segundo paso se identifica el desarrollo de las tareas antes de su aplicación para evaluar los efectos que surgirá si se lleva a cabo la externalización. Así mismo, es importante ejecutar el proyecto de la CS y SU, determinar la versificación para inspeccionar el proceso y analizar los resultados con el fin de dar soluciones óptimas que ayuden al mejoramiento de la calidad y por ende satisfacer al usuario.

(Ferreira et al., 2019) asume que para que una empresa u organización opte por pactar un servicio de externalización debe tener los objetivos y actividades que realiza para así proceder a una previa evaluación donde se determine si ya está lista para dar un paso más. De esta manera, es necesario y fundamental que cuando se aplique la calidad de servicio la empresa cree ventajas competitivas y sus procesos se realicen de manera correcta.

De acuerdo a (Vásquez-Alva et al., 2022) considera que no existe un manual donde se detalle todos los pasos de cómo aplicar la calidad del servicio, sin embargo, es importante conceptualizar de manera concisa los procesos y operaciones que la empresa

realice con el fin de determinar el ente de la externalización. Una vez ya identificado, se procede a la negociación de dicho ente para el cierre de contrato y posteriormente se realiza el seguimiento para lograr la estabilización y la inserción de los procesos ya planificados teniendo como propósito el conseguir mejoras continuas que ayude a la organización a mejorar su rendimiento y competitividad respectivamente. Cabe resaltar que, existen cláusulas que deben ser respetadas de acuerdo a un orden específico orientadas a las funciones administrativas estandarizadas en la calidad de servicio (Cataldo et al., 2022).

Según (Lorca et al., 2022), en su indagación cuyo objeto es examinar la diligencia de la CS como herramienta de gestión administrativa, caso de estudio Ferretería Portoviejo, la metodología utilizada en este trabajo es descriptivo, bibliográfico y estadístico, acá menciona que la calidad de servicio pasa por 4 fases o etapas los cuales son: Planeación, en esta etapa lo fundamental es determinar la situación actual del proceso integral, ejecutar un pericia de la cadena de valor, para estipular las acciones que se requieren ejecutar.

La segunda etapa es contratación, la cual supone 3 sub fases, primero la clasificación del abastecedor, segundo las negociaciones del contrato y tercero el diseño del contrato. La tercera fase viene a ser la implementación, donde se desarrollará los nuevos procesos que a partir de la contratación del servicio se realizará y la última etapa es el plan de auditoría donde se evalúa los resultados obtenidos. Como conclusión este diseño de implementación utilizando en la calidad del usuario sirve para fortalecer la estructura interna de una empresa y ayudará a obtener mayor rentabilidad y equilibrio organizacional, teniendo en cuenta la satisfacción del usuario.

### **Bases teóricas**

En cuanto la teoría de CS, La medición de la CS ha suscitado algunas discrepancias. Lo más importante es lo que verdaderamente se mide. En general, existen tres directrices de constructos utilizados para justipreciar la CS: calidad, satisfacción y valor. La exploración en esta área se ha ajustado principalmente en la calidad y la satisfacción; El valor es la concepción con el nivel de estudio más bajo hasta la fecha. (López et al., 2022) reconoce que la línea que separa las calificaciones de calidad de otras tendencias en las calificaciones de experiencia de servicio no está muy bien definida. Para efectos de este trabajo, se utiliza únicamente la significación de calidad.

(Villanueva-Rosas & Muñoz, 2020) La palabra calidad tiene varias interpretaciones. Dos de ellos son los más característicos. (Hernández-Vásquez et al., 2019) La calidad circunscribe las propiedades del producto que se basan en las necesidades del cliente y, por tanto, garantizan la satisfacción del producto. Una cualidad consiste en la ausencia de defectos. En resumen, la calidad simboliza la calidad del producto. Concretamente, la calidad es la calidad del trabajo, del servicio, de la información, del proceso, del empleado, del sistema, de la empresa, del objetivo, etc. (P. W. Martínez & Kelly, 2019).

La calidad es la satisfacción de los requisitos los cuales deben estar claramente redactados para que no haya malentendidos; se deben realizar mediciones continuas para determinar el cumplimiento de estos requisitos; el incumplimiento detecta una falta de calidad” (Cernvall et al., 2018) La calidad no solo representa a los productos o servicios finalizados, sino también a la calidad de los procesos relacionados con esos productos o servicios. La calidad atraviesa todas las fases de la actividad comercial, es decir, todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de productos o servicios (Oltra Rodríguez et al., 2018) “La calidad no es lo que pones en un servicio, sino lo que recibe el cliente y lo que está dispuesto a pagar” (Gomide et al., 2018). Si al examinar la concepción se encuentran enfoques que pretenden diferenciar la calidad con respecto a su perspectiva de análisis y los actores involucrados, entonces se pueden derivar tres elementos de análisis: actores, relaciones y entorno.

Las dimensiones de la calidad de servicio según (Ros-Gálvez et al., 2018), son: la confiabilidad, la responsabilidad, la seguridad, la empatía y los buenos materiales o tangibles son características diferenciadas que permiten definir y clasificar el término o constructo en estudio. A veces, dada la subjetividad incrustada que no entiendo en el estudio, estas dimensiones no son fácilmente observables por los sujetos, más abstracciones de atributos o características que perciben en relación a la calidad del servicio.

De acuerdo con la teoría de la satisfacción del usuario, (Chacón Cantos & Rugel Kamarova, 2018) establecieron alguna distinción entre los términos anteriores. Por ejemplo, para (Canto & Kamarova, 2018), “la satisfacción del cliente es una medida específica de la transacción en el corto plazo, mientras que la calidad del servicio es una actitud a largo plazo debido a la evaluación general del diseño. (página 324). Otros expertos hacen algunas distinciones entre la satisfacción del cliente y la calidad del servicio. Por ejemplo, según (Morillo Moreno & Morillo Moreno, 2016), la satisfacción

es una concepción amplia y la calidad es un componente de la satisfacción del usuario, donde además de la calidad del producto, otros componentes incluyen el precio, las circunstancias y factores personales, esta última concepción también fue corroborada por (Arias et al., 2016), en su estudio sobre el servicio en turismo termal, en el que concluyen que la calidad no es el único determinante de la satisfacción. Asimismo, para Morales y (Santos-Martínez & Reyes-Morales, 2022), la satisfacción está asociada al simple sentimiento de plenitud, por una doble visión humana: utilitaria (en qué medida el servicio al consumidor satisface las funciones o tareas que se le asignan) y hedonista (activación de procesos afectivos).

Esta propuesta integradora fue cada vez más aceptada por los investigadores durante el examen del proceso de satisfacción (Vásquez-Alva et al., 2022). Debido a este doble aspecto, se asume que ambos conjuntos de constructos cognitivos y afectivos contribuyen a la satisfacción, uno está relacionado con la medición de resultados funcionales o comparativos, mientras que el otro está relacionado con cómo influye el servicio (Mendoza-Vargas et al., 2020), por el contrario, dos juicios relacionados con la calidad del servicio, basados en las dimensiones de (Hernández-Vásquez et al. 2019) Precio de la Comunicación, Transparencia y Expectativas que son bastante específicas, las cuales forman parte de la evaluación de dos atributos. La satisfacción puede estar determinada por dimensiones cualitativas, pero también está determinada por diferentes dimensiones, como las dimensiones afectivas (de Souza et al., 2022), la satisfacción es una concepción dinámica que evoluciona en el tiempo y no debe interpretarse solo desde el punto de vista de una sola transacción, en otras ocasiones de satisfacción e insatisfacción de otros miembros de la familia o de dos relaciones sociales del individuo. formación en calidad de servicio. Otra diferencia es que las declaraciones de calidad de servicio no requieren de la experiencia de la persona para generar expectativas (se pueden construir a partir de comunicaciones de la misma empresa, otras experiencias de servicios similares, experiencias de otras personas), mientras que las declaraciones de satisfacción requieren necesariamente la experiencia del individuo (Bejarano & Aragón, 2022).

## **Materiales y métodos**

### **Diseño de investigación;**

Es no experimental, Se basó en que las variables o categorías se den sin que el investigador intervenga de manera directa. Es decir, no se manipularon de manera intencional ninguna de las variables de estudio, solo se buscó interpretar, y observar las variables en su ambiente natural, que ayude en la descripción y análisis de estas. Así mismo, es transversal ya que se analizó los resultados en su estado natural y en un determinado tiempo en base a una población o un grupo de sujetos de estudio.

El tipo es descriptivo correlacional, son útiles para el análisis de cómo es el determinado fenómeno y cómo se manifestará de acuerdo con sus componentes; permitiendo detallar el fenómeno de estudio mediante la medición de uno a más características. Es decir, describe los atributos que poseen una determinada población o un grupo de sujetos estudiados, teniendo en cuenta la correlación entre variables.

En base a las definiciones de los autores, se determinó que la presente indagación se desarrolló mediante un enfoque cuantitativo ya que se emplearon datos numéricos y a través de estadística para dar respuesta a los problemas planteados anteriormente. Además, será correlacional ya que tanto la variable CS y SU fueron descritas en su estado normal, analizando la correlación entre variables en función a la contrastación o prueba de hipótesis teniendo en cuenta la estadística inferencial, estableciendo con exactitud factores de comportamiento de determinados sujetos de estudio (Hernández & Collado, 2014).

### **Participantes**

Es así que el objeto de estudio de la población estuvo conformado por 487 clientes externos (estudiantes) de la Institución Educativa ICEPRE S.A.C.

Para la determinación de la muestra, se aplicó la fórmula. Resultando 215. Los elementos para el cálculo del tamaño de la muestra fueron, nivel de confianza al 90%, error de precisión al 10%, valor de p de 0.50 y  $q = (1-p) = 0.50$ . La distribución de la muestra se realizó por fijación proporcional, es decir, el número de elementos de la muestra de cada estrato es directamente proporcional al tamaño del estrato dentro de la población.

Criterios de Inclusión; Se incluyó a los estudiantes con grado de Bachiller que vienen capacitándose en diplomados de especialidad.

Criterios de Exclusión; Se excluyó a Licenciados que son egresados y que cursaron capacitaciones hasta julio 2022.

### **Técnicas e instrumentos.**

La técnica utilizada fue la encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario teniendo en cuenta el modelo de la escala tipo Likert el cual se adaptó para medir la calidad, teniendo en cuenta 19 reactivos direccionadas a analizar la variable CS la misma que fue aplicada a 215 usuarios y 10 reactivos están enfocadas en analizar la variable SU la misma que fue aplicada a la misma cantidad de usuarios. Donde ambos instrumentos estarán basados en una escala tipo Likert con cinco categorías (1. Nunca; 2. Casi nunca; 3. A veces; 4. Casi siempre, 5. Siempre)

La validez del instrumento de medición de ambas variables del presente estudio, fue debidamente validado por el juicio de tres expertos que conozcan y tengan experiencia sobre la temática estudiada, Ver anexo 5. En cuanto a la confiabilidad, se expresa y se mide por medio de un coeficiente de confiabilidad, es decir, cuando se deriva un instrumento a determinada muestra de personas, la cual arroja determinados resultados, y cuando se repite el mismo instrumento a las mismas especies de la muestra, estos resultados deben ser igual y no diferentes, significando un instrumento confiable (Ñaupas et al., 2014).

Para el análisis de la confiabilidad se tuvo en cuenta al estadístico alfa de Cronbach (AC), obtenido de una prueba piloto de 10 encuestados aplicada a la muestra de estudio. El cual para el efecto de fiabilidad de AC en cuanto a calidad de servicio es de 0,995 en cuanto al resultado de fiabilidad de AC en cuanto a satisfacción del usuario es 0,992. Ver anexo 6.

### **Procedimientos.**

En el presente estudio para analizar los datos primero se gestionó el permiso a la Institución Educativa ICEPRE S.A.C. para autorizar la recolección de datos, después de recibir la autorización por parte de la institución los alumnos quedaron enterados y se les facilitó la independencia para disponer en la participación o no en la indagación.

Siguiendo con el procedimiento, se hizo énfasis a la confidencialidad de cada estudiante que accedió a participar en este estudio. A través de formularios de Google forms se enviaron la pregunta para ser respondidas por el grupo objetivo (muestra), debido a las restricciones sociales por el COVID 19 y fue a través de WhatsApp y correo electrónico que se recepciónó la información requerida. Una parte importante siempre fue garantizar que las preguntas de los instrumentos (cuestionarios) sean entendidas para que algunos estudiantes comprendan completamente la metodología y reduzcan el sesgo.

Para el resultado del diagnóstico fue medir la CS y SU de la I.E. ICEPRE S.A.C. para analizar ambas variables.

### **Aspectos éticos**

En el presente estudio, los aspectos éticos de Belmont et al. (2018). Se tuvo en cuenta la autonomía; en el cual los usuarios de la I.E. ICEPRE S.A.C. fueron tratados con independencia en su decisión de participar o no en el presente estudio, respetando su libre albedrio de no contestar los cuestionarios si así lo anhelan, su colaboración se decidirá libre y voluntariamente. Asimismo, tenemos el respeto a la Dignidad; el cual se respetará el derecho de autodeterminación de cada usuario de I.E. ICEPRE, es decir, se respetó la decisión de cada usuario el deseo de participar o no en el estudio. En cuanto a la Beneficencia; se protegió de todo daño a los usuarios de I.E. ICEPRE, esforzándose por certificar su vigencia teniendo en cuenta la aplicación de los instrumentos de medición, los usuarios fueron informados sobre los beneficios que obtendrán con los resultados de la investigación. De la misma manera, tememos a la no maleficencia, que se trató a todos los usuarios de I.E. ICEPRE con respeto y aprecio que merecen, por lo que con la diligencia de dos instrumentos de investigación no se causará daño o perjuicio alguno a los sujetos de estudio. En cuanto a justicia; se les brindó un trato justo y se respetó la privacidad de cada usuario de I.E. ICEPRE.

En cuanto a la originalidad se diagnosticó y se evaluó con el software turnitin teniendo en cuenta el estándar establecido por la universidad y del cual se obtuvo un 18%.

## **Procesamiento y análisis de datos**

Para los procesamientos de la data se utilizó el software estadístico SPSS V. 25 el cual tuvo en cuenta estadística descriptiva para las frecuencias representadas en tablas y figuras y para estadística inferencial se tuvo en cuenta la técnica Rho de Spearman para determinar la correlación entre variables en estudio, así como establecer la correlación entre las dimensiones de la variable CS y SU.

Luego de obtener dos datos debidamente precargados, se utilizó el software estadístico SPSS V. 25 para crear una base de datos con los resultados obtenidos, los cuales fueron debidamente agrupados y dimensionados, una vez tratados los datos sin el software estadístico se procedió a la respectiva confiabilidad. El análisis se realizó a través del alfa de Cronbach, luego de lo cual se procedió a la elaboración de las respectivas tablas y gráficos, así como a la respectiva estadística inferencial, para lo cual previamente se realizó el análisis de la distribución de dos datos con el fin de determinar la relación entre las variables. en el estudio para los respectivos análisis de cada uno y poder llegar a conclusiones consistentes que sirvan como objeto de investigación.

En relación al análisis de normalidad, para decidir la prueba hipotética a utilizar, es necesario primero determinar el nivel de distribución de la normalidad de dos datos estadísticos, para ello se utilizará la prueba de normalidad de Shapiro Wilk, teniendo en cuenta el Rho de Spearman para determinar la correlación de ambas variables en estudio.

## Resultados y discusión

En la tabla 1 se puede observar que existe una relación positiva considerable entre calidad de servicio y satisfacción de usuario, esto significa que ha mayor CS mayor SU.

*Tabla 1:*

### Calidad de servicio y satisfacción del usuario

			Satisfacción del usuario
Rho	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,542
Spearman		Sig. (bilateral)	,000

*Fuente: Extraído del software estadístico SPSS v. 25*

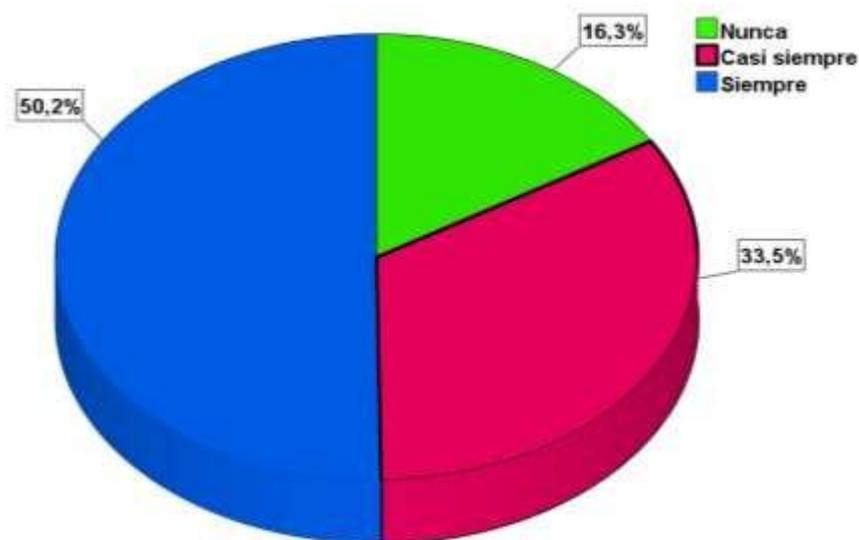
Estos datos se asemejan Garcilazo (2019) en su investigación menciona que actualmente las empresas viene siendo una tarea compleja que tienen que enfrentar para poder mantenerse en el mercado, ya que la CS influyen de manera directa con la SU y crean ventajas competitivas, con estos resultados se afirma que la CS si contribuye de manera favorable a la SU, además Deming (1989) en su principio de calidad indica que la calidad incluye las propiedades del producto que se basan en las necesidades del cliente y por lo tanto aseguran la satisfacción del cliente. El cual se puede evidenciar que en cuanto a la contratación de hipótesis se aceptó la  $H_a$ , asumiendo que si existe correspondencia entre las variables.

### Calidad de servicio según la dimensión confiabilidad

Los resultados en cuanto a la dimensión Confiabilidad los usuarios indican que siempre con un 50,2% perciben que la Institución cumple con sus promesas, brinda un CS y mantiene informado a los usuarios con respecto al desempeño de los servicios.

*Figura 1*

*Dimensión: Confiabilidad (Agrupada)*



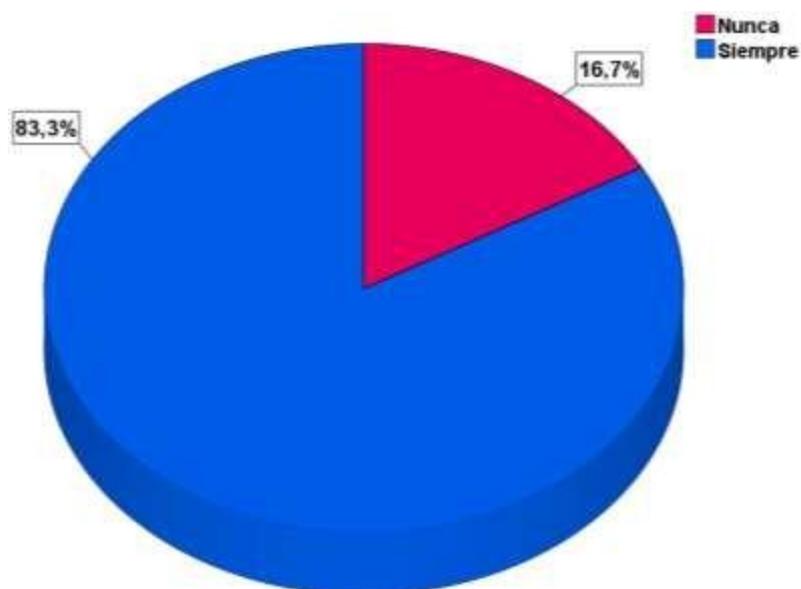
Reflejando que los usuarios si tienen una buena confiabilidad del servicio que ofrece la empresa educativa, datos que al ser comprobados con lo encontrado por Mahmoodzhade et al. (2019) determinó la verificación para inspeccionar el proceso y analizar los resultados con el fin de dar soluciones óptimas que ayuden al mejoramiento de la calidad y por ende satisfacer al usuario, con estos resultados se afirma que la CS incrementa la confiabilidad del usuario. Además, Juran (1990) en su principio de calidad indica que calidad significa calidad del producto. Específicamente, la calidad es la eficacia del trabajo, la eficacia del servicio, la eficacia de la información, la eficacia del proceso, la eficacia del empleado, la eficacia del sistema, la eficacia de la empresa, la eficacia de la meta, etc.

### Calidad de servicio según la dimensión responsabilidad

Los resultados de la dimensión Responsabilidad los usuarios manifiestan que siempre con un 83,3% perciben que los empleados brindan el servicio en el tiempo previsto, se muestran dispuestos siempre a ayudar a si mismo siempre se encuentran predispuestos a atender a los usuarios.

Figura 2

Dimensión: Responsabilidad (Agrupada)



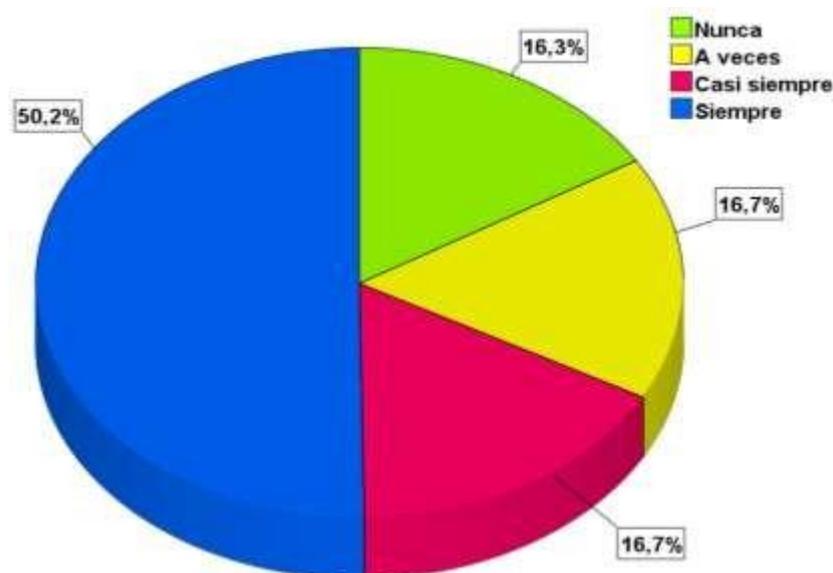
Según ésta dimensión, el resultado alcanzado en la figura 2 se refleja que los usuarios si tienen una buena percepción de responsabilidad de los servicio que ofrece la empresa educativa, datos que al ser comprobados con lo encontrado por Angúes (2018) en su investigación concluye que es necesario y fundamental que cuando se aplique la CS la empresa cree ventajas competitivas y sus procesos se realicen de manera correcta, con estos resultados se afirma que la CS incrementa la responsabilidad por parte de la empresa con el fin de satisfacer al usuario. Además, Cronroos (2001) en su principio de Calidad indica que lo más importante es lo que verdaderamente se mide y que existen tres tendencias de constructos utilizados para evaluar la CS: calidad, satisfacción y valor.

### Calidad de servicio según la dimensión seguridad

Los resultados en cuanto a la dimensión Seguridad los usuarios indican que siempre con un 50,2% perciben que la atención que realizan los empleados si inspira confianza así mismo, se sientes seguros al realizar transacciones con la Institución, además sostienen que la aclaran y responden a sus consultas.

Figura 3

Dimensión: Seguridad (Agrupada)



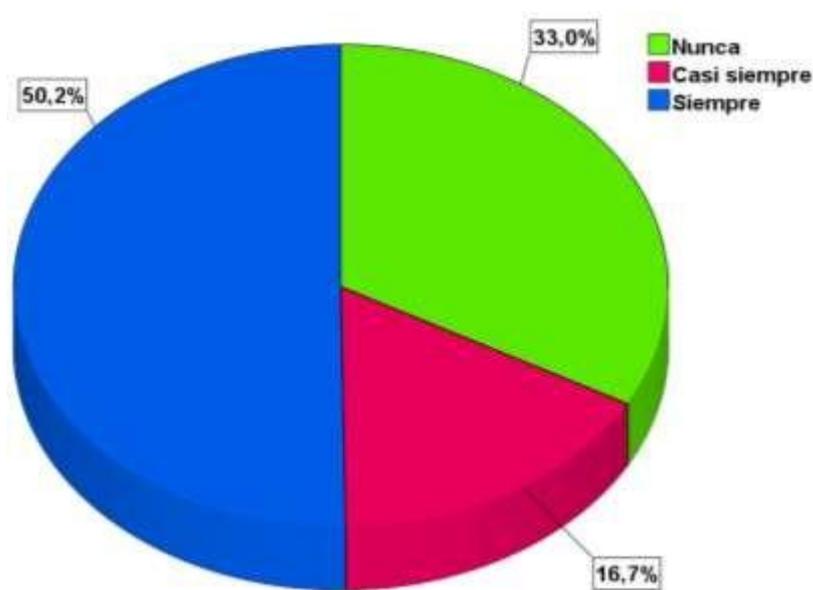
Reflejando que los usuarios si tienen una buena percepción de seguridad del servicio que ofrece la empresa educativa, datos que al ser comprobados con lo encontrado por Aguilar (2019) en su exploración concluye que la CS sirve como herramienta eficaz para realizar aquellas operaciones en una organización, logrando optimizar aquellas funciones prioritarias y satisfacer al cliente, con estos resultados se afirma que la seguridad incrementa la SU. Además, Crosby (1988) en su principio de Calidad indica que La calidad es la satisfacción de los requisitos. Los requisitos deben estar claramente redactados para que no haya malentendidos; se deben realizar mediciones de forma continua para determinar el cumplimiento de estos requisitos; la no conformidad detectada es falta de calidad.

### Calidad de servicio según la dimensión empatía

Los resultados en cuanto a la dimensión Empatía los usuarios revelan que siempre con un 50,2% perciben que en la institución brindan una buena atención individualizada y personalizada así mismo, se preocupan de cuidar los intereses del usuario y se interesan en tener en cuenta las necesidades específicas que tienen los usuarios.

Figura 4

Dimensión: Empatía (Agrupada)



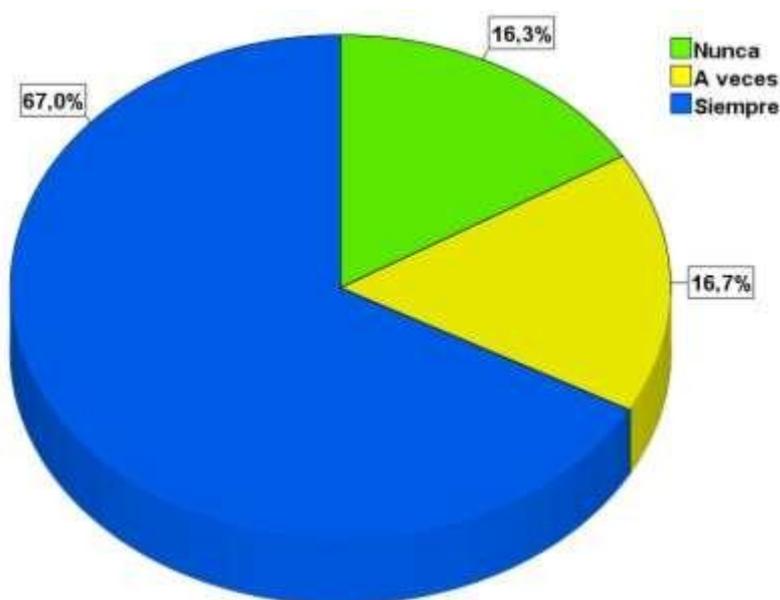
Reflejando que los usuarios si tienen una buena percepción de empatía del servicio que ofrece la empresa educativa, datos que al ser comprobados con lo encontrado por Soberanes (2018) en su investigación concluye que la CS es fundamental en las organizaciones y por ende para aplicarla se debe determinar los procesos que ayudan en sí a crear ventajas competitivas dentro de ella, con estos resultados se afirma que la empatía incrementa la SU. Además, Juran (1990) en su principio de Calidad indica que la calidad incluye las propiedades del producto que se basan en las necesidades del cliente y, por lo tanto, aseguran la satisfacción del producto.

### Calidad de servicio según la dimensión bienes materiales o tangibles

Los resultados en cuanto a la dimensión Bienes Materiales o Tangibles los usuarios declaran que siempre con un 67% perciben que los equipos que usa la Institución son de última generación así mismo, manifiestan que las instalaciones físicas de la Institución son visualmente atractivas, también manifiestan que los materiales asociados al servicio (como inventarios, libros o catálogos) que distribuye la Institución son visiblemente atractivos, del mismo modo refieren que los horarios de atención establecidos si son los convenientes.

Figura 5

Dimensión: Bienes materiales o tangibles (Agrupada)



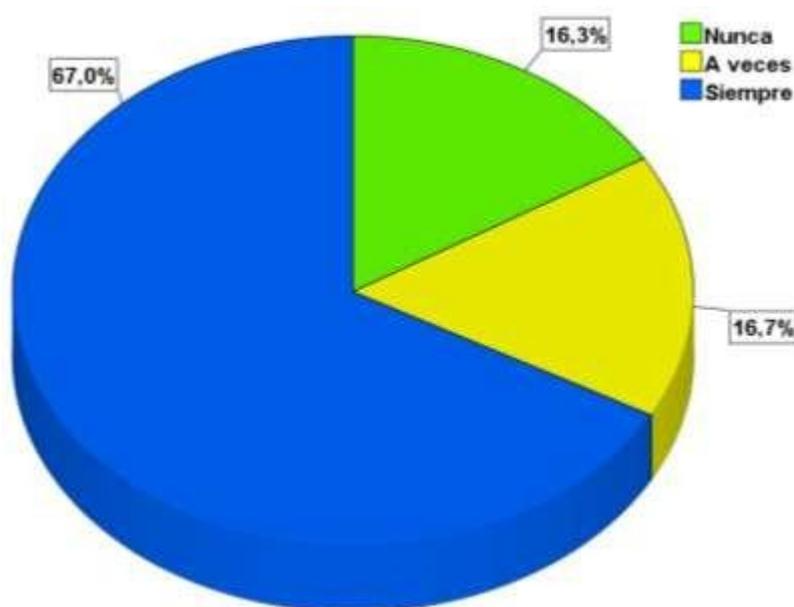
Reflejando que los usuarios si tienen una buena percepción de bienes materiales o tangibles de los servicio que ofrece la empresa educativa, datos que al ser comprobados con lo encontrado por Arenas (2018) en su investigación concluye que la CS debe tener condiciones de realizar un servicio estandarizado y sobre todo aplicarlo ya que en su gran mayoría las empresas suelen utilizar este método con el fin de minimizar costes, con estos resultados se afirma que la implementación de bienes materiales o tangibles incrementa la SU. Además, Drucker (1990) al examinar el concepto calidad con respecto a su perspectiva de análisis y los actores involucrados, menciona que se derivan tres elementos de análisis: actores, relaciones y medio ambiente.

**Variable: calidad de servicio**

Los resultados en cuanto a la Variable CS los usuarios indican que siempre con un 67%, tienen una buena percepción en cuanto a la confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía en cuanto al servicio que brindan la Institución así mismo los usuarios se sienten confortables con los bienes materiales o tangibles que ofrece la Institución.

*Figura 6*

*Variable: Calidad de Servicio (Agrupada)*



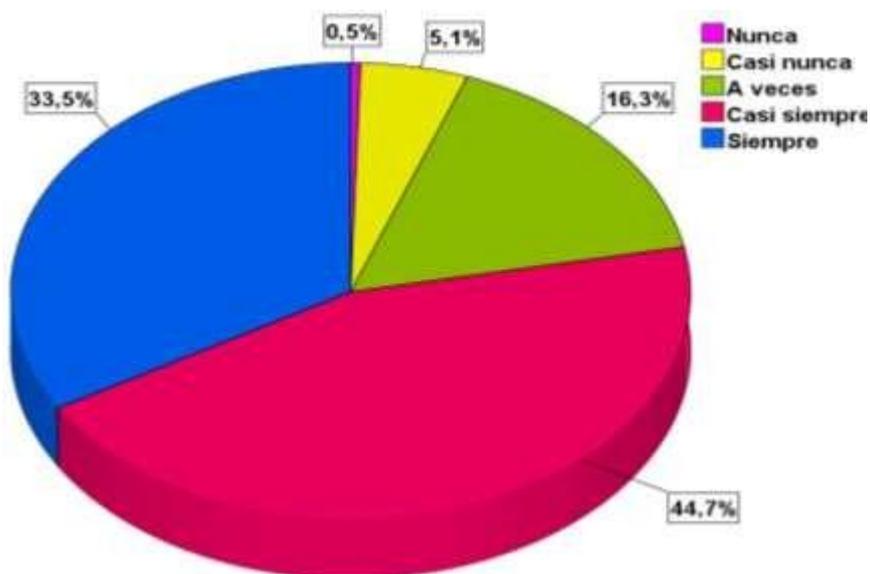
Reflejando que los usuarios tienen una buena percepción en todas las dimensiones de la CS que ofrece la empresa, datos que al ser comprobados con lo encontrado por Ipchas (2020) en su investigación concluyo que, la calidad de servicio ayuda de alguna u otra manera a mejorar la gestión y el proceso en las organizaciones con el fin de incrementar el rendimiento y productividad de la misma, manteniendo satisfechos al usuario, con estos resultados se afirma que la CS incrementa SU además Crosby (1988) en su principio de Calidad indica que la calidad se representa no solo a los productos o servicios acabados, sino también a la calidad de los procesos concernientes con estos productos o servicios para satisfacer al usuario.

### Satisfacción del usuario según la dimensión comunicación precio

Los resultados en cuanto a la dimensión Comunicación - precio los usuarios indican que casi siempre con un 44,7% que el precio de la pensión está acorde con el servicio brindado por la Institución, además consideran que el precio que se paga es justo, así como también manifiestan que la Institución les admite requerir indicaciones o reclamos para una mejora en la CS, así como también consideran que la comunicación (idioma) de los trabajadores con los usuarios es conveniente y entendible.

Figura 7

Dimensión: Comunicación Precio (Agrupada)



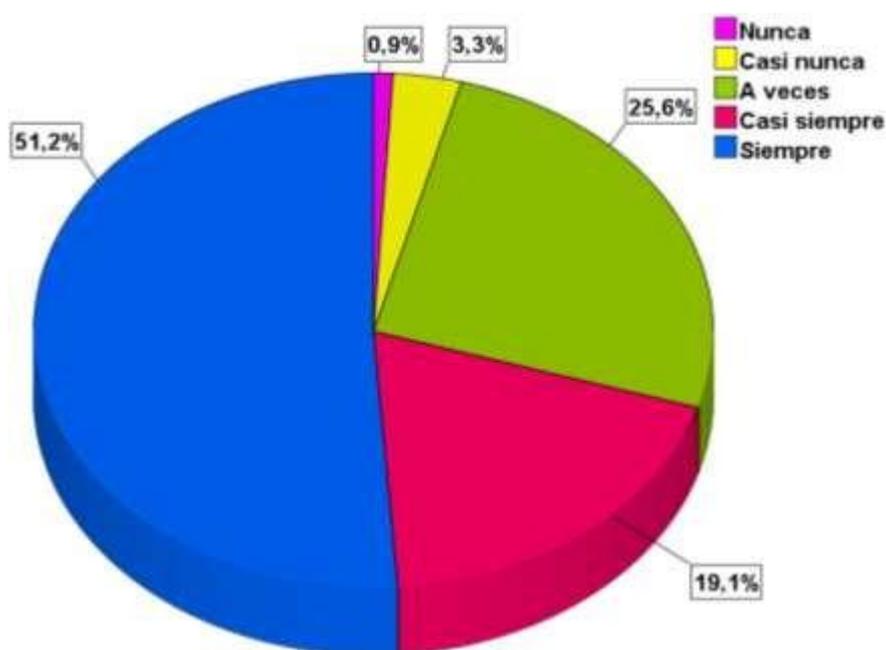
Reflejando que los usuarios si tienen una buena percepción de comunicación precio del servicio que ofrece la empresa educativa, datos que al ser comprobados con lo encontrado por Escobar (2019) en su investigación concluyó que existen cláusulas que deben ser respetadas de acuerdo a un orden específico orientadas a las funciones administrativas estandarizadas en la calidad de servicio, con estos resultados se afirma que la comunicación precio incrementa la SU. Además, Hoffman y Beteson (2012) en su principio de Calidad indica que la satisfacción del cliente es una medida específica de la transacción a corto plazo, mientras que la CS es una actitud a largo plazo debido a la evaluación general del desempeño.

### Satisfacción del usuario según la dimensión transparencia

Los resultados en cuanto a la dimensión Transparencia los usuarios manifiestan que siempre con un 51,2% perciben que la Institución efectúa con la demanda que realiza acerca de sus necesidades, así como también manifiestan que el trabajador de la Institución da una imagen de honestidad y confianza por lo que están satisfechos con el personal que se esfuerza por brindar un buen servicio.

Figura 8

Dimensión: Transparencia (Agrupada)



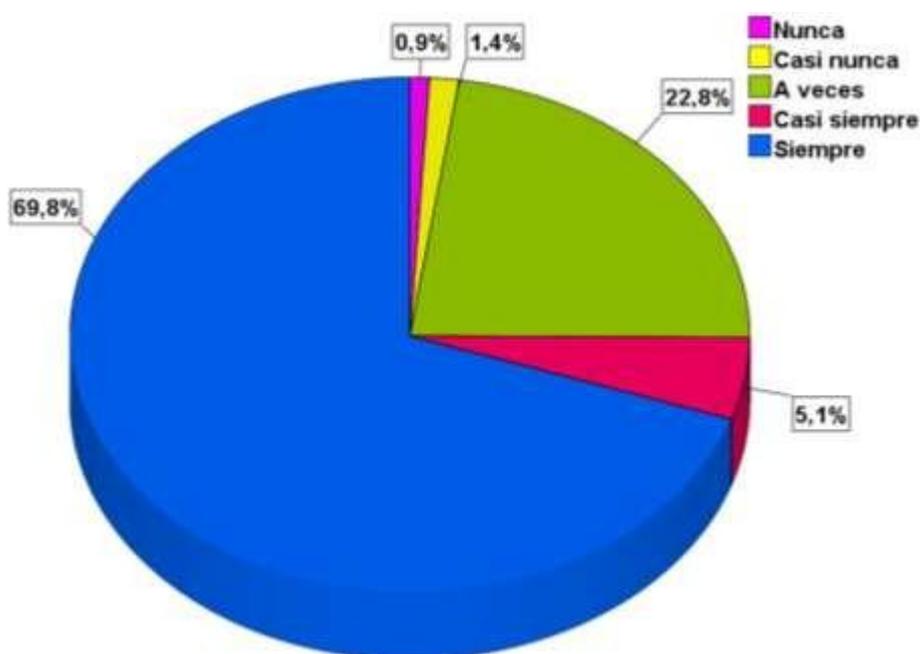
Reflejando que los usuarios si tienen una buena percepción de transparencia de los servicio que ofrece la empresa educativa, datos que al ser comprobados con lo encontrado por Monserrate (2020) en su investigación concluyó que el diseño de implementación en la calidad del usuario sirve para fortalecer la estructura interna de una empresa y ayudará a obtener mayor rentabilidad y equilibrio organizacional, teniendo en cuenta la SU, con estos resultados se afirma que la transparencia incrementa la satisfacción del usuario. Además, Lovelock et al. (2010) en su principio satisfacción del cliente es una concepción amplia y la calidad es un componente de la SU, donde además de la calidad del producto, otros componentes incluyen el precio y las circunstancias.

### Satisfacción del usuario según la dimensión expectativa

Los resultados en cuanto a la dimensión Expectativas los usuarios indican que siempre con un 69,8% perciben que la CS fue mejor de lo esperado así mismo, manifiestan que el tiempo de espera para la entrega de sus documentos (tramite) es el esperado, de la misma manera manifiestan que en relación con la CS se sienten satisfechos.

Figura 9

Dimensión: Expectativa (Agrupada)



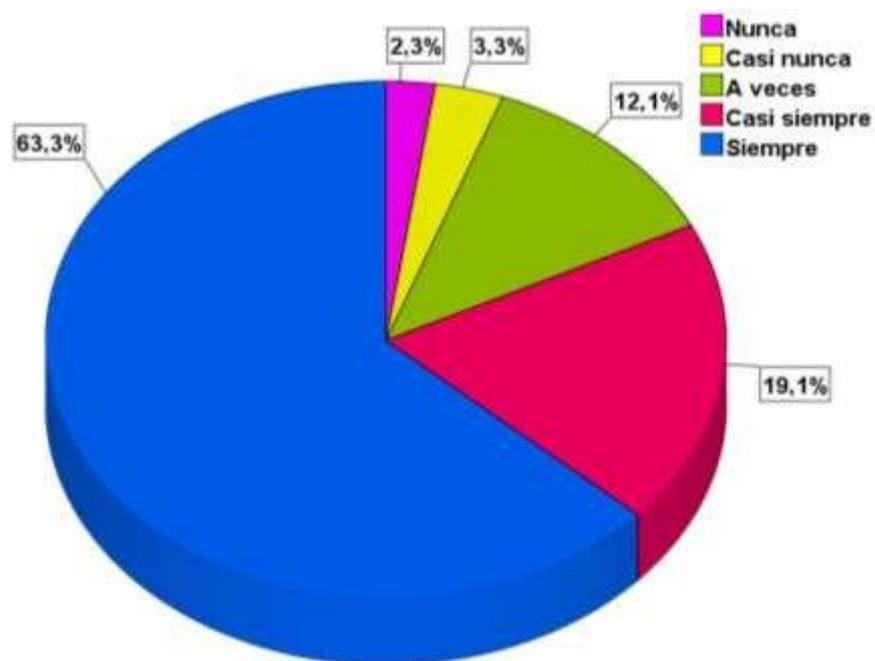
Según la dimensión: Expectativa, los resultados obtenidos en la figura 9 se evidencia que los usuarios tienen una buena percepción de expectativa de los servicio que ofrece la empresa educativa, datos que al ser comprobados con lo encontrado por Angúes (2018) en su investigación concluyó que es necesario y fundamental aplicar la CS en la empresa lo cual crea ventajas competitivas y sus procesos se realicen de manera correcta, con estos resultados se afirma que la expectativa incrementa la satisfacción del usuario. Además, (Oliver, 1994 & Cronin & Taylor, 1992) en su principio satisfacción del cliente asumen que ambos conjuntos de constructos cognitivos y afectivos contribuyen a la satisfacción, uno se relaciona con la medición de resultados funcionales o comparativos, mientras que el otro se relaciona con la CS.

**Variable: Satisfacción del usuario (SU)**

Los resultados de la variable SU muestran que siempre con un 63,3% perciben de buena manera la comunicación interna – precio, la transparencia y las expectativas. Es decir que la satisfacción del usuario frente a la prestación del servicio que brinda la Institución es buena.

*Figura 10*

*Variable: Satisfacción del usuario (Agrupada)*



Reflejando que los usuarios se sienten satisfechos con el servicio que ofrece la empresa, datos que al ser comprobados con lo encontrado por Ruiz (2019) en su investigación concluyó que, la CS es un instrumento primordial que junto con la satisfacción del usuario generan cambios, reducción de costos y mejores resultados a corto y largo plazo, con estos resultados se afirma que la SU depende de la CS además Hoffman y Bateson (2012) en su principio de Satisfacción del cliente indica que la satisfacción del cliente es una medida específica de la transacción a corto plazo, mientras que la CS es una actitud a largo plazo debido a la evaluación general del desempeño.

### Establecer la relación entre las dimensiones CS y SU en una empresa de servicios educativos.

En la tabla 2 se aprecia que existe una correlación positiva considerable entre las dimensiones CS y SU, por lo que se establece que a mayor CS hay mayor SU.

Tabla 2:

#### Correlaciones entre las dimensiones de CS y SU

		Confiabilidad	Responsabilidad	Seguridad	Empatía	Bienes materiales o tangibles	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Confiabilidad						
			,291**	,956*	,928*	,742**	,523
			,000	,000	,000	,000	,000
			215				
	Responsabilidad						
		,291**		,298**	,451*	,506**	,576
		,000	.	,000	,000	,000	,000
		215					
	Seguridad						
		,956**	,298**		,943*	,719**	,512
		,000	,000	.	,000	,000	,000
		215					
	Empatía						
		,928**	,451**	,943**		,644**	,544
		,000	,000	,000	.	,000	,001
		215					
	Bienes materiales o tangibles						
		,742**	,506**	,719**	,644*		,591
		,000	,000	,000	,000	.	,002
		215					
	Satisfacción del usuario						
		,001	,076	,027	,010	,010	
		,000	,000	,000	,001	,002	,000
		215					

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

Los resultados obtenidos en la tabla 2 se evidencia en promedio un nivel de correlación considerable entre las dimensiones de CS y la SU, reflejando que a mayor nivel de todas las dimensiones de calidad de servicio existe mayor nivel de satisfacción del usuario en la empresa de servicios educativos, datos que al ser comprobados con lo encontrado por León y Valladares (2018) en su investigación concluyó que es pertinente conocer aquellos resultados que se han obtenido de la CS, siendo tan significativos en la imagen, calidad y servicio que brinda Visa net a todos sus usuarios siendo de gran impacto no solo para el cliente final sino también para la organización ya que ayuda a procesar, planificar y ejecutar aquellas acciones para beneficio de la misma, con estos resultados se afirma que la CS impacta en el usuario final además Imai (1998) en su principio de calidad indica que la calidad no es lo que se pone en un servicio, sino lo que el cliente obtiene y lo que está dispuesto a pagar.

## Conclusiones

Se concluye que entre la CS y SU existe una correlación considerable ( $r=0,542$ ) ya que, a mayor calidad de servicio se obtendrá mayor satisfacción por parte de los usuarios. por lo que se puede determinar que la calidad del servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del usuario ya que se demuestra que la calidad de servicio incluye las propiedades del servicio educativo que se basa en las necesidades del cliente y por lo tanto aseguran la satisfacción de los usuarios en la empresa en estudio.

Se concluye que los usuarios manifiestan que siempre con un 67% referente a la CS mantienen una buena confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía, en cuanto al servicio que brinda la Institución así mismo, los usuarios se sienten confortables con los bienes materiales o tangibles que ofrece la institución.

Por lo que se puede identificar que la CS ayuda de alguna u otra manera a mejorar la gestión y el proceso en la empresa educativa con el fin de incrementar el rendimiento y productividad de la misma, manteniendo satisfechos al usuario, con estos resultados se afirma que la CS se relaciona significativamente con la SU por lo que se determina que la calidad se refiere no solo a los productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos relacionados con estos productos o servicios para satisfacer al usuario.

Se concluye que los usuarios manifiestan que siempre con un 63.3% referente a la SU perciben de buena manera la comunicación interna – precio, la transparencia y las expectativas. Es decir que la satisfacción del usuario frente a la prestación del servicio educativo que brinda la Institución es buena.

Por lo tanto, esto indica que la satisfacción se relaciona con la CS educativo, determinando que la SU en la Institución indica que es una medida específica de la transacción de los procesos a corto plazo, mientras que la calidad del servicio es una actitud a largo plazo debido a la evaluación general del desempeño.

Se concluye que entre las dimensiones de CS y SU existe una correlación positiva considerable.

Por lo tanto, se establece que a mayor confiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía existirá mayor expectativa y percepción del usuario impactando directamente en satisfacción del servicio que ofrece la Institución por lo que se afirma que la CS se relaciona con la SU, indicando que la calidad no es lo que se pone en un servicio, sino lo que el cliente obtiene y lo que está dispuesto a pagar.

## **Recomendaciones**

Se sugiere mejorar la comunicación teniendo en cuenta herramientas digitales para beneficio de la organización el cual permitirá tener mayor productividad en beneficio de los usuarios y colaboradores.

Ya que utilizando este tipo de herramientas va a significar estar más cerca de los usuarios y la Institución educativa será más reconocida.

Se recomienda que toda la estructura organizacional de la empresa educativa maneje un tipo de sistema o herramienta estandarizada que les permita mejorar sus procesos y obtener mejores resultados, con el fin de facilitar lineamientos estratégicos junto con los objetivos trazados y de esa manera obtener mejores rendimientos y ser más competitivos, fortaleciendo cada vez más la SU.

Para que la CS educativo sea empleada de manera correcta, la institución deberá seguir una secuencia de etapas que permitirán ejecutar la mejor herramienta digital para mantener la infovía (plataformas virtuales) dentro del servicio con el fin de mejorar sus procesos y utilidades llegando a ser más competitivos y seguir manteniendo satisfechos a los usuarios.

En síntesis, se recomienda a la Institución establecer claves que determinen si los usuarios se sienten satisfechos con el servicio y si la prestación del servicio cumple con las expectativas de los mismos. Sin duda alguna, el objetivo principal de la institución es mantener satisfechos al usuario para así fidelizarlos y puedan recomendar el servicio que brinda.

A los científicos, se exhorta la continuidad de la actual indagación, teniendo en consideración su aplicación en otros contextos o a la estudiada en la misma. Es importante que se consideren todos los factores influyentes, de manera que se tenga una idea precisa de los resultados que generará.

Monitorear de manera continua las diversas variables que evalúan la CS y la SU de manera tal que puedan detectarse variaciones oportunamente proponiendo capacitar adecuada y periódicamente al personal, para realizar las actividades de monitoreo de estos indicadores y proponer nuevos métodos de mejora continua.

## Referencias

- Alejandro, M. S. M., Gabriela, R. A. K., Ronald, C., Hugo, G. J. V., & Alcivar, C. V. (2022). Evaluation of the Quality of Service of Delivery Applications and its Influence on Consumer Loyalty. *Proceedings of the LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology, 2022-July*, 18687. <https://doi.org/10.18687/LACCEI2022.1.1.280>
- Arias, M., Serrano, V., & García, O. (2016). ¿Existen diferencias en la calidad percibida y satisfacción del usuario que asiste a un centro deportivo de titularidad privada o pública? Un estudio piloto [Are there differences in perceived quality or satisfaction of the user who attends a sports center. *Cuadernos de Psicología Del Deporte*, 16(2), 99–110.
- Bejarano, A., & Aragón, L. (2022). Proposal to improve the quality of service of a call center through the application of the DMAIC methodology. *Proceedings of the LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology, 2022-July*, 18687. <https://doi.org/10.18687/LACCEI2022.1.1.628>
- Blanco González, G., & Font Aranda, M. (2022). The concept of quality service in hotel management. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(97), 212–228. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.97.15>
- Canto, J. C., & Kamarova, S. (2018). Corporate social responsibility and its positive impact on business and society | Responsabilidad social corporativa y su impacto positivo en la empresa y la sociedad. *File:///C:/Users/Cavd/Desktop/Estudios Innovacion, RES, Desempeño.Pdf*, 39(41), 20. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n41/a18v39n41p20.pdf>
- Cataldo, A., Bravo-Adasme, N., Lara, A. M., & Rojas, J. (2022). Factors influencing the post-implementation user satisfaction of SAP-ERPS. *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, 30(3), 574–591. <https://doi.org/10.4067/s0718-33052022000300574>
- Cernvall, M., Sveen, J., Bergh Johannesson, K., & Arnberg, F. (2018). A pilot study of user satisfaction and perceived helpfulness of the Swedish version of the mobile app PTSD Coach. *European Journal of Psychotraumatology*, 9, 20008198. <https://doi.org/10.1080/20008198.2018.1472990>
- Chacón Cantos, J., & Rugel Kamarova, S. (2018). Artículo de Revisión . Teorías , Modelos y Sistemas de Gestión de Calidad Review article . Theories , Models and Systems of Quality Management. *Revista Espacios*, 39(50), 14–23.
- Chango - Cañaverall, P. M., Jaya- Jaramillo, D. E., Quezada- Sarmiento, P. A., & Salas - Álvarez, W. T. (2022). Analysis of the Quality Service of the Hotel Villa Colonial through the Servqual method and Cloud Computing tools. *Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI, 2022-June*, 9820438. <https://doi.org/10.23919/CISTI54924.2022.9820438>
- de Melo, G. A., Peixoto, M. G. M., Barbosa, S. B., & de Mendonça, M. C. A. (2022). The analysis of macro processes of the cashier service in a supermarket organization: a case study of quality management and simulation. *DYNA (Colombia)*, 89(223), 19–26. <https://doi.org/10.15446/dyna.v89n223.100885>
- de Souza, D. R. X., de Araújo, I. D. T., Nobre, T. T. X., da Silva Gama, Z. A., Grabois, V., & de Araújo Nunes, V. M. (2022). Improving the quality of care for patients with sepsis in the context of an emergency service. *Enfermería Global*, 21(3), 34–49. <https://doi.org/10.6018/eglobal.503441>
- Elsa, V., João, F., & Ricardo, S. J. (2022). The quality of service evaluated by customers who do not attend the gym according to sociodemographic differences. *Cuadernos de*

*Psicologia Del Deporte*, 22(3), 104–123. <https://doi.org/10.6018/cpd.492641>

- Ferreira, V. H. S., Teixeira, V. M., Giacomini, M. A., Alves, L. R., Gleriano, J. S., & Chaves, L. D. P. (2019). Contribuições e desafios do gerenciamento de enfermagem hospitalar: evidências científicas. *Revista Gaucha de Enfermagem*, 40, e20180291. <https://doi.org/10.1590/1983-1447.2019.20180291>
- García-Galicia, A., Díaz-Díaz, J. F., Montiel-Jarquín, Á. J., González-López, A. M., Vázquez-Cruz, E., & Morales-Flores, C. F. (2020). Validez y consistencia de una escala rápida de satisfacción del paciente de consulta externa. *Gaceta Medica de Mexico*, 156(1), 47–52. <https://doi.org/10.24875/GMM.19005144>
- Gómez-Carmona, D., Paramio, A., Cruces-Montes, S., & Marín-Dueñas, P. P. (2022). Impact of COVID-19 prevention measures on health service quality, perceived value and user satisfaction. A structural equation modelling (SEM) approach. *Atencion Primaria*, 54(2), 102178. <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2021.102178>
- Gomide, M. F. S., Pinto, I. C., Bulgarelli, A. F., Dos Santos, A. L. P., & Del Pilar Serrano Gallardo, M. (2018). A satisfação do usuário com a atenção primária á saúde: uma análise do acesso e acolhimento. *Interface: Communication, Health, Education*, 22(65), 387–398. <https://doi.org/10.1590/1807-57622016.0633>
- Hernández-Vásquez, A., Rojas-Roque, C., Prado-Galbarro, F. J., & Bendezu-Quispe, G. (2019). External user satisfaction with healthcare at facilities of the ministry of health of Peru and its associated factors. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Publica*, 36(4), 620–628. <https://doi.org/10.17843/rpmpesp.2019.364.4515>
- Hernández, S., & Collado, F. (2014). Selección de la muestra. *Metodología de La Investigación*, 6ta edición, 170–196.
- Insuasti, P. R. M., & Silva, E. (2022). A joint analysis of service quality: A case study of SERVQUAL and INTSERVQUAL models in Ecuadorian lodges. *Investigaciones Turísticas*, 23, 239–265. <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.11>
- Jesús, O. M. M., Alcides, A. O. C., Enoc, V. R. W., & Enrique, P. M. L. (2022). Network traffic management in the quality of service “QoS” WAN in Tambopata-Peru 2021. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(2), 300–318. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i2.37940>
- La Torre Mantilla, A. R., García, A. E. O., & Ilanzo, M. P. Q. (2018). Associated Factors to the satisfaction degree of the user of the external gastroenterology clinic of the Central Hospital of the Peruvian Air Force. May, 2014. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, 17(34), 11144. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.rgps17-34.fasu>
- Larico Quispe, B. N. (2022). Quality of service in restaurants in Cañete-Peru. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 556–571. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.37>
- López, J. M., Mainez, J. A., Christian, J. M., Gil, J., & Garganta, R. (2022). Usefulness and Acceptability of a Smart pH Meter and Mobile Medical App as a Monitoring Tool in Patients with Urolithiasis: Short-term Prospective Study. *Archivos Espanoles de Urologia*, 75(1), 1–12.
- Lorca, L. A., Ribeiro, I. L., Torres-Castro, R., & Pizarro, M. (2022). Effectiveness of a telerehabilitation program on the functionality and user satisfaction of COVID-19 survivors in times of pandemic. *Retos*, 45, 210–218. <https://doi.org/10.47197/retos.v45i0.91899>
- Marinho, A., Zalay, N., Chaltiel, L., Kirzin, S., Philis, A., Selves, J., Carrère, N., Buscaïl, E., & Ghouti, L. (2021). Oncologic and Functional Outcomes of Pelvic Perineal Reconstruction by Perineal Colostomy and Malone Procedure After Abdominoperineal Resection. *Diseases of the Colon and Rectum*, 64(12), 1501–1510.

<https://doi.org/10.1097/DCR.0000000000001941>

- Martínez, E. I., & Cortésa, T. L. F. (2022). Impact of the food service component on the relationship between the nutritional status and the quality of the diet in schoolchildren from Full-Time Schools in a rural area of the State of Hidalgo, Mexico. *Revista Espanola de Nutricion Humana y Dietetica*, 26, 14306. <https://doi.org/10.14306/renhyd.26.S2.1230>
- Martínez, P. W., & Kelly, M. T. (2019). Enhanced retrofitting process by integrating post-occupancy evaluation and user perception. *Revista de La Construccion*, 17(3), 499–516. <https://doi.org/10.7764/RDLC.17.3.499>
- Mendoza-Vargas, J. M., Burbano-Pantoja, V. M., & Mendoza-Vargas, H. H. (2020). Teachings attributable to the process of allocation of social interest housing in a Colombian city: Degree of user satisfaction. *Informacion Tecnologica*, 21(5), 119–128. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000500119>
- Morillo Moreno, M. C., & Morillo Moreno, M. C. (2016). User satisfaction and service quality tourist accommodation merida state, Venezuela | Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, 22(2), 2019.
- Oltra Rodríguez, E., Fernández García, B., Cabiedes Miragaya, L., Riestra Rodríguez, R., González Aller, C., & Osorio Álvarez, S. (2018). Calidad percibida por usuarios de cirugía menor según nivel asistencial y profesionales que la realizan TT - Quality perceived by users of minor surgery according to care level and the professionals that carried it out. *Rev. Esp. Salud Pública*, 92, e1–e10. [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1135-57272018000100402&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272018000100402&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Padilla-Meléndez, N. Y., & Bravo-Vallejos, N. D. (2019). User satisfaction of the health services: A methodological quality checklist. *Revista de Salud Publica*, 21(4), 1–5. <https://doi.org/10.15446/RSAP.V21N4.79890>
- Ros-Gálvez, A., María, ;, & Parra-Meroño, C. (2018). Calidad del servicio, calidad de vida, satisfacción del usuario y lealtad: el caso de los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual Service quality, quality of life, user satisfaction and loyalty: the case of services provided to people . *Pág*, 39, 51.
- Santos-Martínez, R., & Reyes-Morales, H. (2022). Quality of food service in shelters for indigenous children, Mexico: A case study. *Revista Chilena de Nutricion*, 49(5), 570–577. <https://doi.org/10.4067/S0717-75182022000600570>
- Segev, L., Schtrechman, G., Kalady, M. F., Liska, D., Gorgun, I. E., Valente, M. A., Nissan, A., & Steele, S. R. (2022). Long-term Outcomes of Minimally Invasive Versus Open Abdominoperineal Resection for Rectal Cancer: A Single Specialized Center Experience. *Diseases of the Colon and Rectum*, 65(3), 361–372. <https://doi.org/10.1097/DCR.0000000000002067>
- Shanmugam, R. M., & Chandran, M. (2022). a Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in E-Banking Services- a Study With Reference To Commercial Banks in Chennai City. *International Journal of Professional Business Review*, 7(3), 26668. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i3.0490>
- Teixeira, J. A., Rêgo, M. C. B., & Filho, A. I. da S. (2020). Innovation in justice: co-production, competence and user satisfaction in judicial mediation. *Revista de Administracao Publica*, 54(3), 381–399. <https://doi.org/10.1590/0034-761220190129x>
- Vásquez-Alva, R., Ruiz-Arias, R. A., Bernui-Bobadilla, F. P., Roldán-López, J. R., Zamora-Chávez,

- S. C., & Méndez-García, O. (2022). Percepción sobre informe médico telefónico a familiares de pacientes ingresados por COVID-19 en salas de observación de emergencias de un hospital terciario: estudio transversal. *Medwave*, 22(8), e002517. <https://doi.org/10.5867/medwave.2022.08.002517>
- Villanueva-Rosas, E., & Munoz, M. (2020). Propuesta de un Marco de Trabajo : Para El Aseguramiento de la Calidad Del Proceso y Producto de Software Para Entidades Muy Pequeñas. *Applications in Software Engineering - Proceedings of the 9th International Conference on Software Process Improvement, CIMPS 2020*, 157. <https://doi.org/10.1109/CIMPS52057.2020.9390146>

## Anexos

### Anexo 1: Consentimiento informado



EL DIRECTOR DE LA INSTITUCIÓN DE COOPERACIÓN EDUCATIVA PROFESIONAL Y EMPRESARIAL SAC-ICEPRE.

**AUTORIZA:**

A los funcionarios y servidores de la entidad con brindar las facilidades necesarias a la profesional JENNY MAGALY YNGA DÍAZ, quien es parte de nuestra Institución, identificado con Dni N° 42235288 y alumna de la Escuela de Posgrado de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para la realización y aplicación de los instrumentos de su trabajo de investigación titulado "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN UNA EMPRESA DE SERVICIOS EDUCATIVOS DE LA CIUDAD DE CHICLAYO".

Se expide la presente constancia a solicitud de la parte interesada para los fines que crea conveniente

CHICLAYO, ENERO DEL 2022



Jorge M. Malpartida Vergara  
DIRECTOR GERENTE  
ICEPRE  
CEL: 997887053 - 991950880

---

**Síguenos en:**

 [www.icepre.com](http://www.icepre.com)  
 /icepreoficial  
 @icepreoficial  
 @icepreoficial

**OFICINA:**  
 RUC: 20561290491  
 Av. Francisco Bolognesi # 316 - 3er. Piso Telf.: 074231488 - Chiclayo  
 Cel.: 981741593 - 981950696 / 997887053 - 991661350  
 Correo: [informes@icepre.com](mailto:informes@icepre.com)



## Anexo 2: Matriz de consistencia (Calidad de servicio y satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo)

Problema de investigación	Objetivo principal	Hipótesis	Variables	
¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo?	Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo.	H0: No Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo. H1: Sí Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo.	<b>Variable – Calidad de servicio</b>	
	<b>Objetivos Específicos</b>		Dimensiones	Indicadores
	Identificar la calidad del servicio en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo. Indicar el nivel de satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo. Establecer la relación entre las dimensiones calidad del servicio y satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo.		<b>Confiabilidad</b>  <b>Responsabilidad</b>  <b>Seguridad</b>  <b>Empatía</b>  <b>Bienes:</b> <b>Materiales</b> o <b>tangibles</b>	Cumple lo prometido Sincero interés por resolver problemas Realizan bien el servicio la primera vez Concluyen el servicio en el tiempo prometido No comente errores Comunican cuándo concluirán el servicio Los empleados ofrecen un servicio rápido Los empleados siempre están dispuestos a ayudar Los empleados nunca están demasiado ocupados Comportamiento confiable de los empleados Clientes se sienten seguros Los empleados son amables Los empleados tienen conocimientos suficientes Ofrecen atención individualizada Horarios de trabajo convenientes para los clientes Tienen empleados que ofrecen atención personalizada Equipos de apariencia moderna Instalaciones visualmente atractivas Empleados con apariencia pulcra Elementos materiales atractivos
			<b>Variable – Satisfacción del cliente</b>	
			Dimensiones	Indicadores
			Comunicación precio Transparencia Expectativas	Grado del precio y servicio Recomendación y permanencia Comunicación post – venta Grado de veracidad Confianza Comprensión de la comunicación Experiencias de las atenciones anteriores
<b>Metodología</b>				
cuantitativo	Nivel: Básico-aplicativo Tipo: Descriptivo correlacional	Muestra: subconjunto (215)	Técnicas e instrumentos de recolección de datos-calidad de servicio Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario(19)	Procedimiento y procesamiento de datos  Software estadístico: SPS versión 25 Excel
	Diseño: No experimental	Muestreo: No Probabilístico por conveniencia	Técnicas e instrumentos de recolección de datos-satisfacción del Usuario Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario (10)	

## Anexo 3: Variables, Operacionalización.

Tabla 3. Operacionalización de Calidad de servicio

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADOR	Ítems	TECNICAS / INSTRUMENTOS
Calidad de servicio	(Ros-Gálvez et al., 2018), define a la calidad de servicio como la diferencia obtenida al realizar una comparación entre las expectativas y las percepciones relativas a la performance.	Es la diferencia obtenida al realizar una comparación entre las expectativas y las percepciones relativas a la confiabilidad, responsabilidad y seguridad.	Confiabilidad	Cumple lo prometido Sincero interés por resolver problemas Realizan bien el servicio la primera vez Concluyen el servicio en el tiempo prometido No comente errores	1,2,3,4	Encuesta / Cuestionario
			Responsabilidad.	Comunican cuándo concluirán el servicio Los empleados ofrecen un servicio rápido Los empleados siempre están dispuestos a ayudar Los empleados nunca están demasiado ocupados	5,6,7	
			Seguridad	Comportamiento confiable de los empleados Clientes se sienten seguros Los empleados son amables Los empleados tienen conocimientos suficientes	8,9,10	
			Empatía	Ofrecen atención individualizada Horarios de trabajo convenientes para los clientes Tienen empleados que ofrecen atención personalizada Se preocupa por los clientes Comprenden las necesidades de los clientes	11,12,13,14	
			Bienes materiales o tangibles	Equipos de apariencia moderna Instalaciones visualmente atractivas Empleados con apariencia pulcra Elementos materiales atractivos	15,16,17,18,19	

Tabla 4. Operacionalización de Satisfacción del usuario

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS	TÉCNICA DE RESUMEN
Satisfacción del usuario	Es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados) con las expectativas de Beneficios previos. (Hernández- Vásquez et al., 2019)	Es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados) con la comunicación del precio, la transparencia y las expectativas de beneficios previos.	Comunicación precio	Grado del precio y servicio Recomendación y permanencia Comunicación post - venta	1,2,3,4	Encuesta Cuestionario
			Transparencia	Grado de veracidad Confianza Comprensión de la comunicación	5,6,7	
			Expectativas	Experiencias de las atenciones anteriores.	8,9,10	

### Anexo 4: Instrumentos

#### EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE CALIDAD DE SERVICIO

Este cuestionario ha sido elaborado para diagnosticar la percepción de calidad de servicios de una empresa se servicios educativos de la ciudad de Chiclayo, con el propósito de mejorar la calidad de sus servicios.

**Instrucciones:** Los siguientes ítems describen las dimensiones de la calidad de servicios. Lea cuidadosamente cada uno de ellos y marca con una “X” la opción que usted considera. 1, Nunca; 2, Casi nunca; 3, A veces; 4, Casi siempre y 5, Siempre.

ITEMS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
		1	2	3	4	5
<b>CONFIABILIDAD</b>						
1	Cuando la Institución, promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.					
2	En la Institución, el servicio que se brinda a los usuarios es de calidad.					
3	La Institución proporciona sus servicios en el tiempo que promete hacerlo.					
4	La Institución mantiene informados a los usuarios sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios					
<b>RESPONSABILIDAD</b>						
5	Los empleados brindan el servicio en el tiempo previsto.					
6	Los empleados se muestran dispuestos a ayudar a los usuarios.					
7	Los empleados nunca están demasiado ocupados como para no atender a los usuarios					

	<b>SEGURIDAD</b>					
8	La atención que realizan los empleados de la Institución inspira confianza.					
9	Se siente seguro al realizar transacciones con la Institución.					
10	Los empleados de la Institución responden y aclaran sus consultas.					
	<b>EMPATÍA</b>					
11	Los empleados de la Institución le brindan atención individual.					
12	Los empleados de la Institución le brindan una atención personalizada.					
13	Los empleados de la Institución se preocupan de cuidar los intereses de sus usuarios					
14	Los empleados de la Institución se preocupan en atender las necesidades específicas que tienen					
	<b>BIENES MATERIALES O TANGIBLES</b>					
15	Los equipos que se usan en la Institución son modernos.					
16	Las instalaciones físicas de la Institución son visualmente atractivas.					
17	La presentación personal de los empleados es buena.					
18	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) que distribuye la Institución son visualmente					
19	Los horarios de atención establecidos son convenientes.					

## EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Este cuestionario ha sido elaborado para diagnosticar la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo, con el propósito de mejorar la satisfacción de sus servicios.

**Instrucciones:** Los siguientes ítems describen las dimensiones de la calidad de servicios. Lea cuidadosamente cada uno de ellos y marca con una “X” la opción que usted considera. 1, Nunca; 2, Casi nunca; 3, A veces; 4, Casi siempre y 5, Siempre.

ITEMS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
		1	2	3	4	5
	<b>COMUNICACIÓN PRECIO</b>					
1	¿El precio de la pensión está acorde con el servicio brindado por la Institución?					
2	¿Considera que el precio que paga por el servicio es justo?					
3	La Institución le permite solicitar sugerencias o reclamos para una mejora en la calidad de servicio					
4	¿La comunicación (idioma) de los trabajadores con los usuarios es adecuada y entendible?					
	<b>TRANSPARENCIA</b>					
5	¿La Institución cumple con el pedido que realiza acerca de sus necesidades?					
6	¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza?					
7	¿Está de acuerdo con el esfuerzo del personal por dar un servicio sobresaliente?					
	<b>EXPECTATIVAS</b>					
8	¿La calidad de servicio fue mejor de lo esperado?					
9	¿El tiempo de espera para la entrega de sus documentos (tramite) es el esperado					
10	¿En relación con la calidad de servicio usted se siente satisfecho?					

## Anexo 5. Validación de Instrumentos

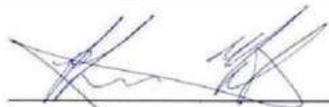


### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS

<b>1. NOMBRE DEL JUEZ</b>		Luis Santiago García Merino
<b>2.</b>	<b>PROFESIÓN</b>	Licenciado en Administración / Ingeniero de Sistemas
	<b>ESPECIALIDAD</b>	Administración de Negocios
	<b>GRADO ACADÉMICO</b>	Doctor
	<b>EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)</b>	11
	<b>CARGO</b>	Docente – Investigador - RENACYT
<b>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:</b> Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Institución Educativa ICEPRE S.A.C		
<b>3. DATOS DEL TESISISTA</b>		
3.1	<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	Jenny Magaly Ynga Díaz
3.2	<b>PROGRAMA DE ESTUDIOS</b>	Maestría en: Formación directiva y Gobierno de Personas
<b>4. INSTRUMENTO EVALUADO</b>		Cuestionario
<b>5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO</b>		<p><u>GENERAL:</u></p> <p>Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo.</p> <p><u>ESPECÍFICOS:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar la calidad del servicio en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo.</li> <li>2. Indicar el nivel de satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo.</li> <li>3. Establecer la relación entre las dimensiones de calidad del servicio y satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo.</li> </ol>
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que usted los evalúe marcando con un aspa (X) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
<b>N°</b>	<b>6. DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO – CALIDAD DE SERVICIO</b>	<b>ALTERNATIVAS</b>

N°	6. DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO – CALIDAD DE SERVICIO	ALTERNATIVAS
1	Cuando la Institución, promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
2	En la Institución, el servicio que se brinda a los usuarios es de calidad.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
3	La Institución proporciona sus servicios en el tiempo que promete hacerlo.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
4	La Institución mantiene informados a los usuarios sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
5	Los empleados brindan el servicio en el tiempo previsto.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
6	Los empleados se muestran dispuestos a ayudar a los usuarios.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
7	Los empleados nunca están demasiado ocupados como para no atender a los usuarios	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
8	La atención que realizan los empleados de la Institución inspira confianza.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
9	Se siente seguro al realizar transacciones con la Institución.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
10	Los empleados de la Institución responden y aclaran sus consultas.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
11	Los empleados de la Institución le brindan atención individual.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
12	Los empleados de la Institución le brindan una atención personalizada.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
13	Los empleados de la Institución se preocupan de cuidar los intereses de sus usuarios	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
14	Los empleados de la Institución se preocupan en atender las necesidades específicas que tienen sus usuarios	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
15	Los equipos que se usan en la Institución son modernos.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
16	Las instalaciones físicas de la Institución son visualmente atractivas.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
17	La presentación personal de los empleados es buena.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
18	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) que distribuye la Institución son visualmente atractivos.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
19	Los horarios de atención establecidos son convenientes.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:

<b>PROMEDIO OBTENIDO:</b>	A ( 19 ) D ( 0 )
<b>7.COMENTARIOS GENERALES:</b> Cumple con el estándar	
<b>8.OBSERVACIONES:</b> Ninguna	



Luis Santiago García Merino  
DNI:16799025  
**Juez Experto**

N°	6. DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO – SATISFACCIÓN DEL USUARIO	ALTERNATIVAS
01	¿El precio de la pensión está acorde con el servicio brindado por la Institución?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
02	¿Considera que el precio que paga por el servicio es justo?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
03	¿La Institución le permite solicitar sugerencias o reclamos para una mejora en la calidad de servicio?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
04	¿La comunicación (idioma) de los trabajadores con los usuarios es adecuada y entendible?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
05	¿La Institución cumple con el pedido que realiza acerca de sus necesidades?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
06	¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
07	¿Está de acuerdo con el esfuerzo del personal por dar un servicio sobresaliente?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
08	¿La calidad de servicio fue mejor de lo esperado?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
09	¿El tiempo de espera para la entrega de sus documentos (tramite) es el esperado?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
10	¿En relación con la calidad de servicio usted se siente satisfecho?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:

PROMEDIO OBTENIDO:	A ( 10 ) D ( 0 )
7.COMENTARIOS GENERALES: Cumple con el estándar	
8. OBSERVACIONES: Ninguna	



Luis Santiago García Merino  
DNI:16799025  
Juez Experto



## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS

<b>1. NOMBRE DEL JUEZ</b>	Antony Esmir Fernández Altamirano	
<b>2.</b>	<b>PROFESIÓN</b>	Administrador / Abogado
	<b>ESPECIALIDAD</b>	Gestión Pública
	<b>GRADO ACADÉMICO</b>	Maestro
	<b>EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)</b>	9
	<b>CARGO</b>	Docente Universitario (UCV, UNT, UTP)
<b>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:</b> Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Institución Educativa ICEPRE S.A.C		
<b>3. DATOS DEL TESISISTA</b>		
3.1	<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	Jenny Magaly Ynga Díaz
3.2	<b>PROGRAMA DE ESTUDIOS</b>	Maestría en: Formación directiva y Gobierno de Personas
<b>4. INSTRUMENTO EVALUADO</b>	Cuestionario	
<b>5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO</b>	<u>GENERAL:</u> Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo.	
	<u>ESPECÍFICOS:</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar la calidad del servicio en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo.</li> <li>2. Indicar el nivel de satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo.</li> <li>3. Establecer la relación entre las dimensiones de calidad del servicio y satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo.</li> </ol>	
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que usted los evalúe marcando con un aspa (X) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		

N°	6. DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO – CALIDAD DE SERVICIO	ALTERNATIVAS
1	Cuando la Institución, promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
2	En la Institución, el servicio que se brinda a los usuarios es de calidad.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
3	La Institución proporciona sus servicios en el tiempo que promete hacerlo.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
4	La Institución mantiene informados a los usuarios sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
5	Los empleados brindan el servicio en el tiempo previsto.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
6	Los empleados se muestran dispuestos a ayudar a los usuarios.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
7	Los empleados nunca están demasiado ocupados como para no atender a los usuarios	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
8	La atención que realizan los empleados de la Institución inspira confianza.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
9	Se siente seguro al realizar transacciones con la Institución.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
10	Los empleados de la Institución responden y aclaran sus consultas.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
11	Los empleados de la Institución le brindan atención individual.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
12	Los empleados de la Institución le brindan una atención personalizada.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
13	Los empleados de la Institución se preocupan de cuidar los intereses de sus usuarios	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
14	Los empleados de la Institución se preocupan en atender las necesidades específicas que tienen sus usuarios	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
15	Los equipos que se usan en la Institución son modernos.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
16	Las instalaciones físicas de la Institución son visualmente atractivas.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
17	La presentación personal de los empleados es buena.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
18	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) que distribuye la Institución son visualmente atractivos.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
19	Los horarios de atención establecidos son convenientes.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:

<b>PROMEDIO OBTENIDO:</b>	A ( 19 ) D ( 0 )
<b>7.COMENTARIOS GENERALES:</b> Los ítems se relacionan con los indicadores respectivos.	
<b>8.OBSERVACIONES:</b> Ninguna	



Antony Esmir Fernández Altamirano  
Lic. Administración y Abogado  
Reg. ICAL N° 7115  
**Juez Experto**

Nº	6. DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO – SATISFACCIÓN DEL USUARIO	ALTERNATIVAS
01	¿El precio de la pensión está acorde con el servicio brindado por la Institución?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
02	¿Considera que el precio que paga por el servicio es justo?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
03	¿La Institución le permite solicitar sugerencias o reclamos para una mejora en la calidad de servicio?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
04	¿La comunicación (idioma) de los trabajadores con los usuarios es adecuada y entendible?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
05	¿La Institución cumple con el pedido que realiza acerca de sus necesidades?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
06	¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
07	¿Está de acuerdo con el esfuerzo del personal por dar un servicio sobresaliente?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
08	¿La calidad de servicio fue mejor de lo esperado?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
09	¿El tiempo de espera para la entrega de sus documentos (tramite) es el esperado?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
10	¿En relación con la calidad de servicio usted se siente satisfecho?	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:

PROMEDIO OBTENIDO:	A ( 10 ) D ( 0 )
7.COMENTARIOS GENERALES: Los ítems se relacionan con los indicadores respectivos.	
8. OBSERVACIONES: Ninguna	

Antony Esmir Fernández Altamirano  
Lic. Administración y Abogado  
Reg. ICAL N° 7115  
**Juez Experto**



### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS

<b>1. NOMBRE DEL JUEZ</b>		Juan Amílcar Villanueva Calderón
<b>2.</b>	<b>PROFESIÓN</b>	Administrador / Ingeniero Informático
	<b>ESPECIALIDAD</b>	Administración de Negocios y Gestión Pública
	<b>GRADO ACADÉMICO</b>	Doctor
	<b>EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)</b>	8
	<b>CARGO</b>	Docente Investigador / RENACYT
<b>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:</b> Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Institución Educativa ICEPRE S.A.C		
<b>3. DATOS DEL TESISISTA</b>		
3.1	<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	Jenny Magaly Ynga Díaz
3.2	<b>PROGRAMA DE ESTUDIOS</b>	Maestría en: Formación directiva y Gobierno de Personas
<b>4. INSTRUMENTO EVALUADO</b>		Cuestionario
<b>5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO</b>	<u>GENERAL:</u>  Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo.	
	<u>ESPECÍFICOS:</u>  1. Identificar la calidad del servicio en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo. 2. Indicar el nivel de satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo. 3. Establecer la relación entre las dimensiones de calidad del servicio y satisfacción del usuario en una empresa de servicios educativos de la ciudad de Chiclayo.	
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que usted los evalúe marcando con un aspa (X) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		

N°	6. DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO – CALIDAD DE SERVICIO	ALTERNATIVAS
1	Cuando la Institución, promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
2	En la Institución, el servicio que se brinda a los usuarios es de calidad.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
3	La Institución proporciona sus servicios en el tiempo que promete hacerlo.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
4	La Institución mantiene informados a los usuarios sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
5	Los empleados brindan el servicio en el tiempo previsto.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
6	Los empleados se muestran dispuestos a ayudar a los usuarios.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
7	Los empleados nunca están demasiado ocupados como para no atender a los usuarios	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
8	La atención que realizan los empleados de la Institución inspira confianza.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
9	Se siente seguro al realizar transacciones con la Institución.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
10	Los empleados de la Institución responden y aclaran sus consultas.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
11	Los empleados de la Institución le brindan atención individual.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
12	Los empleados de la Institución le brindan una atención personalizada.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
13	Los empleados de la Institución se preocupan de cuidar los intereses de sus usuarios	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
14	Los empleados de la Institución se preocupan en atender las necesidades específicas que tienen sus usuarios	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
15	Los equipos que se usan en la Institución son modernos.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
16	Las instalaciones físicas de la Institución son visualmente atractivas.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
17	La presentación personal de los empleados es buena.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
18	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) que distribuye la Institución son visualmente atractivos.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:
19	Los horarios de atención establecidos son convenientes.	A ( X ) D ( ) SUGERENCIAS:

<b>PROMEDIO OBTENIDO:</b>	A ( 19 ) D ( 0 )
<b>7.COMENTARIOS GENERALES:</b> El instrumento de justiprecia para su aplicación.	
<b>8.OBSERVACIONES:</b> Ninguna	

  
 Juan Amílcar Villanueva Calderón  
 DNI: 41400923  
 Reg. CLAD N° 26471  
**Juez Experto**

N°	6. DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO – SATISFACCIÓN DEL USUARIO	ALTERNATIVAS
01	¿El precio de la pensión está acorde con el servicio brindado por la Institución?	A ( <input checked="" type="checkbox"/> ) D (    ) SUGERENCIAS:
02	¿Considera que el precio que paga por el servicio es justo?	A ( <input checked="" type="checkbox"/> ) D (    ) SUGERENCIAS:
03	¿La Institución le permite solicitar sugerencias o reclamos para una mejora en la calidad de servicio?	A ( <input checked="" type="checkbox"/> ) D (    ) SUGERENCIAS:
04	¿La comunicación (idioma) de los trabajadores con los usuarios es adecuada y entendible?	A ( <input checked="" type="checkbox"/> ) D (    ) SUGERENCIAS:
05	¿La Institución cumple con el pedido que realiza acerca de sus necesidades?	A ( <input checked="" type="checkbox"/> ) D (    ) SUGERENCIAS:
06	¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza?	A ( <input checked="" type="checkbox"/> ) D (    ) SUGERENCIAS:
07	¿Está de acuerdo con el esfuerzo del personal por dar un servicio sobresaliente?	A ( <input checked="" type="checkbox"/> ) D (    ) SUGERENCIAS:
08	¿La calidad de servicio fue mejor de lo esperado?	A ( <input checked="" type="checkbox"/> ) D (    ) SUGERENCIAS:
09	¿El tiempo de espera para la entrega de sus documentos (tramite) es el esperado?	A ( <input checked="" type="checkbox"/> ) D (    ) SUGERENCIAS:
10	¿En relación con la calidad de servicio usted se siente satisfecho?	A ( <input checked="" type="checkbox"/> ) D (    ) SUGERENCIAS:

<b>PROMEDIO OBTENIDO:</b>	A ( 10 ) D ( 0 )
<b>7.COMENTARIOS GENERALES:</b> Los ítems se relacionan con los indicadores respectivos.	
<b>8. OBSERVACIONES:</b> Ninguna	

  
 Juan Amílcar Villanueva Calderón  
 DNI: 41400923  
 Reg. CLAD N° 26471  
**Juez Experto**

**Anexo 6:****Confiabilidad del instrumento para medir la variable: Calidad de servicio***Tabla 1**Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	215	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	215	100,0

*Fuente: SPSS 24**Tabla 2**Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,995	215

*Fuente: SPSS 24***Confiabilidad del instrumento para medir la variable: Satisfacción del usuario***Tabla 3**Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	215	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	215	100,0

*Fuente: SPSS 24**Tabla 4**Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,992	215

*Fuente: SPSS 24*

## Página web

Call Center: 074 251482 / 25179498 Validación de Documentos  informa@ioapre.com   

 [Inicio](#) - [Nosotros](#) - [Acuerdos Académicos](#) - [Programas](#) - [Servicios](#) - [Galería](#) - [Blog](#) - [Contacto](#) 



INSTITUCIÓN DE COOPERACIÓN F...

Compartir

 YouTube

## Diplomados y Especializaciones

Buscar

## Diplomados y Especializaciones

Somos una empresa que se esfuerza por tener los mejores Diplomados y/o Especializaciones, porque nos gusta dar lo mejor a nuestros participantes.

<div style="background-color: #2e8b57; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Ingeniería y Proyectos</div>  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">ACUEDUCTOS Y CLOACAS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Modalidad: Presencial / Virtual</li> <li>● Duración: 12 meses</li> <li>● Horas: 1200</li> <li>● Créditos: 32</li> </ul> <p style="text-align: center; background-color: #f08080; padding: 5px; border: 1px solid red;">Ver detalle</p>	<div style="background-color: #000080; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Administración y Banca</div>  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">ADMINISTRACIÓN BANCARIA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Modalidad: Presencial / Virtual</li> <li>● Duración: 12 meses</li> <li>● Horas: 1200</li> <li>● Créditos: 32</li> </ul> <p style="text-align: center; background-color: #f08080; padding: 5px; border: 1px solid red;">Ver detalle</p>	<div style="background-color: #000080; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Salud</div>  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Modalidad: Presencial / Virtual</li> <li>● Duración: 12 meses</li> <li>● Horas: 1200</li> <li>● Créditos: 32</li> </ul> <p style="text-align: center; background-color: #f08080; padding: 5px; border: 1px solid red;">Ver detalle</p>	<div style="background-color: #000080; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Educación</div>  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Modalidad: Presencial / Virtual</li> <li>● Duración: 12 meses</li> <li>● Horas: 1200</li> <li>● Créditos: 32</li> </ul> <p style="text-align: center; background-color: #f08080; padding: 5px; border: 1px solid red;">Ver detalle</p>
<div style="background-color: #2e8b57; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Ingeniería y Proyectos</div>  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">ADMINISTRACIÓN DE OBRAS CIVILES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Modalidad: Presencial / Virtual</li> <li>● Duración: 12 meses</li> <li>● Horas: 1200</li> <li>● Créditos: 32</li> </ul> <p style="text-align: center; background-color: #f08080; padding: 5px; border: 1px solid red;">Ver detalle</p>	<div style="background-color: #2e8b57; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Ingeniería y Proyectos</div>  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">ADMINISTRACIÓN DEL RECURSO HÍDRICO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Modalidad: Presencial / Virtual</li> <li>● Duración: 12 meses</li> <li>● Horas: 1200</li> <li>● Créditos: 32</li> </ul> <p style="text-align: center; background-color: #f08080; padding: 5px; border: 1px solid red;">Ver detalle</p>	<div style="background-color: #000080; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Educación</div>  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">ADMINISTRACIÓN DEPORTIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Modalidad: Presencial / Virtual</li> <li>● Duración: 12 meses</li> <li>● Horas: 1200</li> <li>● Créditos: 32</li> </ul> <p style="text-align: center; background-color: #f08080; padding: 5px; border: 1px solid red;">Ver detalle</p>	<div style="background-color: #000080; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Administración y Banca</div>  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Modalidad: Presencial / Virtual</li> <li>● Duración: 12 meses</li> <li>● Horas: 1200</li> <li>● Créditos: 32</li> </ul> <p style="text-align: center; background-color: #f08080; padding: 5px; border: 1px solid red;">Ver detalle</p>
<div style="background-color: #000080; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Administración y Banca</div>  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">ADMINISTRACIÓN Y MARKETING VETERINARIO / GESTIÓ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Modalidad: Presencial / Virtual</li> <li>● Duración: 12 meses</li> <li>● Horas: 1200</li> <li>● Créditos: 32</li> </ul> <p style="text-align: center; background-color: #f08080; padding: 5px; border: 1px solid red;">Ver detalle</p>	<div style="background-color: #000080; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Educación</div>  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">ANDRAGOGÍA / DOCENCIA EN EDUCACIÓN DE...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Modalidad: Presencial / Virtual</li> <li>● Duración: 12 meses</li> <li>● Horas: 1200</li> <li>● Créditos: 32</li> </ul> <p style="text-align: center; background-color: #f08080; padding: 5px; border: 1px solid red;">Ver detalle</p>	<div style="background-color: #000080; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Salud</div>  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">ASISTENCIA SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Modalidad: Presencial / Virtual</li> <li>● Duración: 12 meses</li> <li>● Horas: 1200</li> <li>● Créditos: 32</li> </ul> <p style="text-align: center; background-color: #f08080; padding: 5px; border: 1px solid red;">Ver detalle</p>	<div style="background-color: #000080; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Administración y Banca</div>  <p style="text-align: center; font-weight: bold;">ASISTENTE DE GERENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Modalidad: Presencial / Virtual</li> <li>● Duración: 12 meses</li> <li>● Horas: 1200</li> <li>● Créditos: 32</li> </ul> <p style="text-align: center; background-color: #f08080; padding: 5px; border: 1px solid red;">Ver detalle</p>

## Diplomados

Los Diplomados promueven una formación superior, acreditada en una amplia variedad de temas y áreas.



## Diplomados y/o Especializaciones

Formación e Especialización en Perú

Oportunidades de aprendizaje

Ahorro de costos

Ahorro de tiempo

Algunos cursos gratuitos

Facilidad para completar cursos

Metodo de formación continua

Excelling values y credits

Facilidad para estudiar

Especialmente en horarios

## Certificaciones

Cursos con Certificaciones de reconocida Utilidad y Valor



## Catálogo Virtual

Administración y Banca



Ingeniería y Construcción



Computación



Salud



Educación



Programación con Clases Presenciales



## Cursos

Severo compromiso en cursos presenciales y online con reconocidos expertos de educación a distancia



## Suscribase

Le recomendamos nuestros programas en línea: Diplomados y Cursos Semestrales (Semestre 2021)

Síguenos en:



## Contacto

Dirección:  
Av. Francisco Bolognesi 338 - 3er Piso,  
Cusco, Lambayeque

Teléfono: 074 22446 / 2244666

Correo: [info@icpre.com](mailto:info@icpre.com)

## Programas

- Administración y Banca
- Computación
- Educación
- Ingeniería y Construcción
- Salud
- Programas con Clases Presenciales

## ICEPRE

INSTITUCIÓN DE COOPERACIÓN  
EDUCATIVA PROFESIONAL Y  
EMPRESARIAL S.A.C.

RUC: 47 202001046

[Ver más](#)

## Anexo 7. Cuestionario digital



# CUESTIONARIO APLICADO A LOS USUARIOS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ICEPRE S.A.C

Este cuestionario tiene como propósito obtener información sobre la Calidad de servicio y Satisfacción del Usuario en la Institución Educativa ICEPRE S.A.C. Por lo que, solicitamos brinde información honesta y verídica para el desarrollo de esta investigación.

INSTRUCCIONES: Marque la casilla que usted considera como la respuesta más acertada.

 [jamilvc@gmail.com](mailto:jamilvc@gmail.com) (no compartidos) [Cambiar de cuenta](#)



## MAESTRÍA EN FORMACIÓN DIRECTIVA Y GOBIERNO DE LAS PERSONAS



1. ¿Cuándo la Institución, promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

2. ¿En la Institución, el servicio que se brinda a los usuarios es de calidad?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
- 

3. ¿La Institución proporciona sus servicios en el tiempo que promete hacerlo?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
- 

4. ¿La Institución mantiene informados a los usuarios sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
- 

5. ¿Los empleados brindan el servicio en el tiempo previsto?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
-

6. ¿Los empleados se muestran dispuestos a ayudar a los usuarios?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

7. ¿Los empleados nunca están demasiado ocupados como para no atender a los usuarios?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

8. ¿La atención que realizan los empleados de la Institución inspira confianza?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

9. ¿Se siente seguro al realizar transacciones con la Institución?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

10. ¿Los empleados de la Institución responden y aclaran sus consultas?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

11. ¿Los empleados de la Institución le brindan atención individual?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

12. ¿Los empleados de la Institución le brindan una atención personalizada?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

13. ¿Los empleados de la Institución se preocupan de cuidar los intereses de sus usuarios?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

14. ¿Los empleados de la Institución se preocupan en atender las necesidades específicas que tienen sus usuarios?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
- 

15. ¿Los equipos que se usan en la Institución son modernos?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
- 

16. ¿Las instalaciones físicas de la Institución son visualmente atractivas?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
- 

17. ¿La presentación personal de los empleados es buena?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
-

18. ¿Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) que distribuye la Institución son visualmente atractivos?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
- 

19. ¿Los horarios de atención establecidos son convenientes?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
- 

20. ¿El precio de la pensión está acorde con el servicio brindado por la Institución?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
- 

21. ¿Considera que el precio que paga por el servicio es justo?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
-

22. ¿La Institución le permite solicitar sugerencias o reclamo la calidad de servicio?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
- 

23 ¿La comunicación (idioma) de los trabajadores con los us entendible?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
- 

24. ¿La Institución cumple con el pedido que realiza acerca d

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
- 

25. ¿El trabajador da una imagen de honestidad y confianza?

- Nunca
  - Casi nunca
  - A veces
  - Casi siempre
  - Siempre
-

26. ¿Está de acuerdo con el esfuerzo del personal por dar un servicio sobresaliente?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

27. ¿La calidad de servicio fue mejor de lo esperado?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

28. ¿El tiempo de espera para la entrega de sus documentos (tramite) es el esperado

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

29. ¿En relación con la calidad de servicio usted se siente satisfecho?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Enviar

Borrar formulario

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios