



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Insight del Personal para Promover la Calidad Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen”  
del Distrito de Catacaos - 2019.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Aquino Alvarado María Félix. (ORCID 0000-0002-5507-0706).

ASESOR:

Dr. Castillo Palacios Freddy William. (ORCID 0000-0001-5815-6559).

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

PIURA- PERÚ

2019

## **DEDICATORIA**

A Dios, por iluminarme y permitirme culminar con éxito esta investigación.

A mi querida abuela, por sus enseñanzas espirituales e incentivar me a salir adelante.

A Aldo, por brindarme su apoyo en el logro de mis objetivos.

María Félix Aquino Alvarado.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis docentes asesores, Dr. Freddy William Castillo Palacios y Mg. Nancy Vílchez Madrid por sus oportunas orientaciones brindadas durante la realización de este trabajo de investigación.

Al Señor Jaime Prado Juárez Director de la Institución Educativa “Virgen del Carmen” de Catacaos por brindarme su apoyo y hacer realidad este trabajo de investigación.

A mis compañeros de estudio y docentes de la Universidad César Vallejo- Piura, que, durante el desarrollo de mi carrera profesional, han brindado su apoyo y conocimiento incondicional en el logro de mis objetivos personales y profesionales.

María Félix Aquino Alvarado.

## **PÁGINA DEL JURADO**

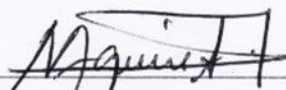
## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, María Félix Aquino Alvarado, con DNI N° 45697117, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se muestran en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Piura, 22 de Julio del 2019.

  
\_\_\_\_\_  
María Félix Aquino Alvarado  
DNI N°45697117

## ÍNDICE

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
PÁGINA DEL JURADO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. MÉTODO.....</b>	<b>13</b>
2.1. Diseño de Investigación.....	13
2.2. Variables, Operacionalización:.....	14
2.3. Población y muestra.....	15
2.3.1. Población.....	15
2.3.2. Muestra.....	15
2.3.3. Criterios de Inclusión.....	15
2.3.4. Criterios de Exclusión.....	15
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	15
2.4.1. Técnicas.....	15
2.4.2. Instrumentos.....	16
2.4.3. Validez.....	16
2.4.4. Confiabilidad.....	17
2.5. Método de análisis y datos.....	17
2.6. Aspectos Éticos.....	18
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>19</b>
3.1. Resultados de Cuestionario a trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen del Distrito de Catacaos.....	19
3.1.1. Los insights emocionales en los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.....	19
3.1.2. Los insights simbólicos en los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.....	20
3.1.3. Los insights culturales en los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.....	20

3.1.4.	El insight para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos.....	21
3.2.	Resultados del Focus group aplicado a los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen del Distrito de Catacaos .....	22
3.2.1.	Los insights emocionales en los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.....	22
3.2.2.	Los insights simbólicos en los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.....	23
3.2.3.	Los insights culturales en los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.....	24
<b>IV.</b>	<b>DISCUSIÓN</b> .....	26
<b>V.</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	33
<b>VI.</b>	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	35
<b>VII.</b>	<b>PROPUESTA</b> .....	36
7.1.	Introducción.....	36
7.2.	Objetivos de la propuesta .....	36
7.2.1.	Objetivo general .....	36
7.3.	Justificación.....	36
7.4.	Estrategias.....	37
7.4.1.	Estrategia 1: .....	37
“Buscando el Pensamiento Innovador” .....		37
7.4.2.	Estrategia 2: .....	40
“Mejorar la autoestima o valoración personal dentro de la IE”. .....		40
<b>REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA</b> .....		46
<b>ANEXOS</b> .....		52
Anexo N°01 .....		53
Matriz de Consistencia .....		53
Anexo N°2 .....		54
Instrumento.....		54
Anexo N°3 .....		57
Informe de Resultados de cuestionario.....		57
Anexo N°4 .....		73
Instrumento.....		73
Anexo N° 05 .....		76
Validación de expertos: .....		76
Constancia de validación de cuestionario.....		76
77		
Anexo N° 06 .....		79

Validación de expertos: .....	79
Constancia de validación de Guía de Pautas .....	79
Anexo N° 07 .....	82
Ficha de evaluación del instrumento cuestionario:.....	82
83	
Anexo N° 08 .....	88
Ficha de evaluación del instrumento Guia de Pautas: .....	88
Anexo N° 09 .....	94
Matriz de Instrumentos:.....	94
Anexo N° 10 .....	97
Testimonios Fotográficos .....	97
Anexo N° 11 .....	104
Informe de Originalidad .....	104
Anexo N° 12 .....	105
Acta de Originalidad de Turnitin.....	105
Anexo N° 13 .....	106
Pantallazo del Porcentaje Turnitin.....	106
106	
Anexo N° 14 .....	107
Formulario de Autorización para la publicación electrónica de la Tesis ....	107
Anexo N° 15 .....	108
Autorización de la Versión Final de la Tesis.....	108



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1. Operacionalización de las variables.....	14
Tabla 2. Población del personal administrativo 07 y población del personal.....	15
Tabla 3. Índice de confiabilidad de Cronbach de la variable Insight y Calidad Educativa.....	17
Tabla 4. Tabla de la dimensión Insight Emocionales.....	19
Tabla 5. Tabla de la dimensión Insight Simbólicos.....	20
Tabla 6. Tabla de la dimensión Insight Culturales.....	20
Tabla 7. Tabla de la variable Insight.....	21
Tabla 8. Tabla de la variable Calidad Educativa.....	21

## **RESUMEN**

Esta tesis tiene como objetivo general, “El Insight del personal para promover la Calidad Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos, se realizó una investigación de tipo aplicativo, corte descriptivo y diseño no experimental, ya que no requiere la manipulación de las variables; y según su temporalidad fue transversal. En el desarrollo, se realizó el análisis e interpretación de la información, contando con una población finita en donde se manejó la muestra no probabilística por cuotas. Se recolecto los datos mediante la técnica del Focus Group a través de la guía de pautas y el Cuestionario aplicado a 42 personas (personal docente y personal administrativo). Los resultados se categorizaron en insights emocionales, símbolos y culturales presentes en el personal de la I.E, siendo estos: compromiso y las expectativas, las satisfacciones en el ámbito profesional y el ámbito personal; confrontando los hallazgos con la teoría científica o antecedentes de estudio. Finalmente, se presentaron las conclusiones en donde no se encontró insight emocionales, simbólicos ni culturales en la institución educativa todo ello evidenciado en la falta de compromiso en el desarrollo de sus actividades, afectando en el proceso de los aprendizajes. Esta investigación constituye un aporte para las organizaciones educativas, puesto que los insight son de suma importancia para conocer, y saber mucho más del consumidor, el mismo que permite la construcción de estrategias que generar una mejor conexión entre el servicio y el consumidor.

Palabras clave: insight, emocionales, simbólicos, culturales, calidad educativa.

## **ABSTRACT**

This thesis has as a general objective, "The Insight of the personnel to promote the Educational Quality of the I.E. "Virgen del Carmen" of the District of Catacaos, an investigation of application type, descriptive cut and non-experimental design was carried out, since it does not require the manipulation of the variables; and according to its temporality, it was transversal. In the development, the analysis and interpretation of the information was carried out, counting on a finite population where the non-probabilistic sample was managed by quotas. The data was collected through the Focus Group technique through the guidelines guide and the Questionnaire applied to 42 people (teaching staff and administrative staff). The results were categorized in emotional, symbolic and cultural insights present in the staff of the I.E, being these: commitment and expectations, satisfactions in the professional field and the personal environment; comparing the findings with the scientific theory or study background. Finally, the conclusions were presented where emotional, symbolic or cultural insight was not found in the educational institution, all evidenced by the lack of commitment in the development of their activities, affecting the learning process. This research is a contribution for educational organizations, since insight is of great importance to know, and know much more about the consumer, the same that allows the construction of strategies that generate a better connection between the service and the consumer.

Keywords: insight, emotional, symbolic, cultural, educational quality.

## **I. INTRODUCCIÓN**

En los últimos años, mediante la evolución de las organizaciones, la administración de los recursos humanos ha enfrentado nuevos retos debido; a las nuevas tendencias que nos invitan a mirar de cerca los cambios, que son conquistados por el uso del insight. Cristina Quiñones señala que la psicología nos da el marco contextual para conocer los insights, por lo cual a lo largo de la historia de la corriente de la psicológica autores como Frech (1939), Reid y Finesinger (1952), Klein (1988), Ramírez y Valdivieso (2002) y Boden y Jun – Beeman (2007) utilizaron el concepto de Insight para referirse a la comprensión intuitiva, actos cognitivos, conciencia interna de las emociones, constructo de los niveles del conocimiento y como proceso creativo. Estos principales conceptos elaborados desde la psicología han ido evolucionando y adquiriendo nuevas perspectivas en el mundo de la misma psicología y el marketing, y son insumo de las investigaciones que tienen la necesidad de conocer a las personas a profundidad y no solo de manera superficial. La psicología explora el inconsciente humano, y es por ello que los insights son fuente de conocimiento de los pensamientos que se guardan en el interior de las personas.

Actualmente, la educación en el mundo constituye un mercado donde existe una oferta, para una demanda que busca ser satisfecha. Basándose en los aportes de conocimiento científico Jesús C. Guillen se propone una nueva mirada sobre la educación, en la cual considera esencial atender las necesidades emocionales, sociales y físicas de las personas. En la actualidad, los mercadólogos usan el insight como una herramienta para descifrar el comportamiento del consumidor y encontrar en los insights una guía clara del cómo hablarle al nuevo consumidor.

Cabe destacar que el personal de toda la institución se convierte en uno de los elementos primordiales de la organización, puesto que son los que brindan los servicios, y que de ellos depende la calidad y la satisfacción del cliente. Según Quiñones (2015) Los insights tratan de ver a las personas no solo como cifras, números, sino como seres humanos, que poseen sentimientos, deseos y emociones que ayudan a desarrollarse en la sociedad. En este perfil de conocimiento, se sitúa la educación del Perú donde existe todo un proceso de crecimiento social, cultural, económico y político, el cual permitirá sentar las bases a partir de actitudes, sentimientos, competencias y habilidades, como base para la formación de una nueva calidad educativa.

De esta manera, existe en el sector educación, instituciones que investigan a sus clientes, de manera profunda en las que figura la Universidad ESAN (Perú), la cual indaga en el insight de sus clientes y de los potenciales; evidenciando las razones que lo hace elegir el servicio educativo. También se puede observar según Escala- Minedu en el Perú existen 49,798 Instituciones Educativas Públicas de Educación Básica Regular, Educación Básica Especial, Educación Básica Alternativa y Educación Técnico Productiva, ubicadas en zona rural, públicas y privadas; que no se preocupan por invertir en el análisis del Insight.

Por tal razón, en el Perú y en la región piurana la educación es ajena cada vez más a los insight; si bien, cada persona es un fenómeno, sujeto a la influencia de diversas variables y patrones de comportamientos diversos; no se establecen estrategias de mejora que conlleve a una adecuada cultura organizacional. Asimismo; en el caso de estudio de la Institución Educativa “Virgen del Carmen”, la población estuvo compuesta por el personal tanto administrativo y docente de dicha institución; agentes que no se les exige dominar todas sus competencias y habilidades que les permitan cumplir con sus funciones y/o actividades relacionadas a su cargo. Si esta realidad continua, la I.E Virgen del Carmen” materia de estudio se puede ver afectada en su ámbito de las relaciones humanas, se evidenciará que cada trabajador no siente, no vive, no se identifica y no desarrollan el insight que le permita sentirse parte de un equipo, miembro de una comunidad y elemento de una organización y por consiguiente promover la calidad educativa.

Con base en los planteamientos anteriores la investigación realizó el análisis e identificación de los elementos, que contribuyeron en el aprovechamiento del insight de todo el personal de la I.E “Virgen del Carmen”, planteando un modelo de Insight para promover la calidad educativa de dicha institución.

En el contexto internacional se ha evidenciado antecedentes internacionales como es el caso de Garrido (2017) en la revista denominada “Mediación insight: un modelo reflexivo y pedagógico para abordar los conflictos”; de la Cooperación, Jaén, España. Establece, como objetivo presentar un modelo transformativo del proceso de aprendizaje. Se establece; un modelo original de mediación, proveniente de Canadá, que surge a partir de la crítica hacia los modelos tradicional-lineal, narrativo y transformativo. Este enfoque concibe la intervención mediadora como un proceso interactivo de aprendizaje para todas las personas participantes (incluida la conductora del mismo). Por lo que, en esta revista aporta

fundamentos de dos teorías filosóficas y pedagógicas, que permite utilizar al insight de Lonergan y la teoría de Mezirow (del aprendizaje). Llegando a la conclusión que se logre mediante la comunicación y sus técnicas la solución de conflictos existentes en el lograr de aprendizajes. Será aporte en la investigación, porque presenta un análisis de las organizaciones para la solución de conflictos.

Por otro lado, Serrano (2016), presentó su tesis titulada: “Consultoría sobre la calidad y eficiencia que los estudiantes de pregrado perciben los servicios administrativos y académicos “, para obtener el grado de maestría en la Universidad de El Salvador. Su objetivo es evaluar el cómo se percibe por los estudiantes los servicios del personal, administrativo y docente. Es un aporte porque evidencia la condición del servicio educativo, de manera exploratoria, no experimental, descriptiva y analítica. Concluye con un análisis de las percepciones y expectativas que se tiene sobre la calidad educativa. Y la eficiencia del cómo se desarrollan sus procesos. Será un soporte en mi investigación porque ayuda a fundamentar las bases teóricas de mi segunda variable referida a la calidad educativa.

En el ámbito Nacional destaca la investigación realizada por Arias (2018) en su tesis titulada: “Desempeño docente, calidad educativa y comprensión lectora en estudiantes de primaria de la institución educativa 20188”, para optar el grado académico de Doctor en educación. Universidad Cesar Vallejo. Lima, tiene como propósito realizar un análisis sobre los niveles de gestión, desempeño e innovación de la calidad educativa del nivel primario. Es un aporte a los procesos de aprendizaje e impulso a la mejora de la gestión educativa. A la vez realiza un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, transversal, correlacional, para indagar sus variables de estudio. Concluye que sus variables de estudio (calidad, desempeño docente y comprensión lectora de los estudiantes), están en un nivel regular y de inicio, el cual le conlleva a realizar estrategias de mejora de los aprendizajes (comprensión de los estudiantes) y de la gestión de calidad en beneficio de la I.E. Se considera un aporte en la investigación porque evalúa la segunda variable de estudio referida a la calidad educativa y considera el nivel académico (primario) el cual será también parte de la indagación.

Por ende, Silva (2017), en su tesis titulada: “Impacto del uso de insights como base de la estrategia de marca de Pilsen Callao en el comportamiento de compra de universitarios varones de Trujillo - Perú”, para obtener el grado de Licenciado en Ciencias de la

Comunicación, el cual su objetivo era establecer el impacto, del uso del insight como estrategias de marca. Es un aporte porque permite el análisis de la marca y su impacto en el consumidor en el momento de su compra. A la vez el utiliza una publicidad basada en insight que permite observar su comportamiento de compra. Para la recopilación de información se utilizó la técnica de encuesta aplicada a una muestra de estudio de 192 estudiantes de Pregrado mayores de edad de la facultad de Comunicaciones de la Universidad Privada del Norte. Concluyendo que el total de los estudiantes consume cerveza Pilsen Callao. Asimismo, la investigación es de tipo descriptiva transversal, ya que se relacionan las variables de estudio independiente y dependiente. Este trabajo va a contribuir en la investigación, porque reafirma el uso de insights y su incidencia en el comportamiento del consumidor, que será fundamento teórico en la investigación.

Suárez y Talavera Sánchez (2017) desarrollan la tesis titulada: “Gestión administrativa y calidad educativa en el instituto superior tecnológico público Julio César Tello, Villa El Salvador - 2017”. Para optar el grado de maestro en Administración de la Educación. Universidad Cesar Vallejo. Lima. La finalidad de esta investigación era estudiar la gestión administrativa y su influencia con la calidad del servicio educativo en el nivel primaria. Fue un aporte a la sociedad porque permitió propia el interés en el personal que labora en la I.E evaluada, y las acciones que influyen en los estudiantes con relación a sus procesos pedagógicos, calidad de equipamiento e infraestructura y en su comunidad (atención al usuario). Sus conclusiones se desarrollan bajo el enfoque cuantitativo, con diseño no experimental. Llegando a establecer que existe un déficit de gestión administrativa que no contribuye a la calidad del servicio educativo. Será un aporte al marco teórico de la variable de estudio de calidad educativa.

A nivel local López (2016) presentó la tesis titulada: “Plan estratégico de liderazgo transformacional para mejorar la calidad de la gestión educativa en la I.E. N° 14682 Portachuelo, Distrito Chalaco, Provincia Morropón, departamento Piura, Año 2014”, para optar el grado de Maestro en Ciencias de la Educación con mención en Gerencia Educativa Estratégica. Universidad Pedro Ruiz Gallo. Asume como objetivo diseñar un plan Estratégico de Liderazgo Transformacional para mejorar la Calidad de la Gestión Educativa. Concluye que existe incorrecta gestión del servicio educativo, por el comportamiento del personal directivo y docente, asimismo de las insuficientes estrategias entre ellas la motivación del personal, que limita el proceso educativo y la capacidad para la toma de

decisiones. Aportes que sirven en esta investigación ya que confirman la importancia de las emociones, sentimientos y conocimientos que brinda el insight y así lograr evidenciar que están intimamente ligados al logro de la calidad educativa. Estos antecedentes, evidencian aspectos que pueden ser útiles para nuestro estudio relacionado al término insights y calidad educativa.

Heredia (2015) desarrolló la tesis titulada: “Insights de las mujeres en la elección de una *lovermark* de productos de maquillaje, Piura 2015”. Universidad César Vallejo. Desarrollando como objetivo el insight de las mujeres en la elección de una *lovermark* de productos de maquillaje. Para conseguir el grado de fidelidad, estrategia de posicionamiento del producto de maquillaje evidenciado en las mujeres, sus sensaciones, pensamientos y emociones en la adquisición del producto. El aporte de esta investigación es teórica porque enfoca su estudio en los insights, los que permiten lograr una conexión con el consumidor y los productos. Este estudio es de tipo aplicativo y de nivel exploratorio, en el cual presentan como conclusiones que los insights benefician la creación de estrategias, las cuales si se aplican de forma adecuada será beneficiosa para la marca ampliándola en una *Lovemark*, una marca admirada por el consumidor. Logra ser una contribución en la investigación porque desarrolla la variable “insight” y las dimensiones que pretendo realizar en relación con la calidad educativa.

A lo largo de la historia el término insight, tiene varias connotaciones; según la teoría de Gestalt los insights cognitivos, buscan la solución de los problemas, el cual consiste en una codificación de los procesos, su combinación y comparación. Las teorías psicológicas han abordado y estudiado el insight según sus paradigmas epistemológicos entre las cuales se encuentra principalmente la escuela psicoanalítica fundada por Sigmund Freud. El insight es un conocimiento que nos permitirá tener una visión nueva y distinta de nosotros mismos, revelando así un concepto del insight psicológico muy ligado al proceso del (auto) conocimiento. Los psicólogos John Kounios y Mark Beeman (2016) han estudiado la percepción usando métodos de comportamiento durante casi un siglo; y a su vez toman referencia de Bowden y Jung-Beeman los que concluyen que desde el ámbito de la neurociencia el insight surge de la comprensión de la actividad cerebral y la activación de áreas específicas propias de la solución de problemas y la integración de asociaciones ya existentes en el cerebro que se desarrollan por la actividad del hemisferio derecho.



Actualmente, en la revista Chilena de Neuropsicología establece que el “Insight” admite rasgos cognitivos (proceso de lo consciente a lo inconsciente), anexando aquel fenómeno que lleva a la solución o comprensión de los conflictos, relacionada con una situación de emoción, sentimiento y de certeza ante la revelación. Por lo que el insight resulta que procede de la psicología, debido a que se describe como una revelación o descubrimiento es decir un fenómeno o claro alcance de la naturaleza de un problema. En el marketing, el concepto de “Insight “es utilizado para la expresión de sentimiento, pensamientos y comportamientos profundos ocultos e inconscientes de los consumidores. Que dan lugar a estrategias de mercadotecnia. Quiñones (2015) afirma: “Insight viene del vocablo “in” que (adentro) y “sight” (visión). Por lo tanto, el insight significa mirar adentro, es decir del consumidor para desnudar su mente y su corazón” (p.43). Asimismo; “Es aquella revelación o descubrimiento sobre las formas de pensar, sentir o actuar del consumidor frescas y no obvias” (Quiñones, 2015, p.35). “Insights: Verdades Humanas, frescas y reveladoras que generan oportunidades de innovación, branding y comunicación accionable para las empresas” (Quiñones, 2015, p.37).

Por lo cual al descubrir un insight, se da lugar a una idea creativa, el cual ayuda al consumidor a conectarse con su marca, es así que no solo se vende el producto o servicio, sino que se le da un significado simbólico o emocional generándole valor a lo que adquiere. Es decir, la capacidad, deseos, emociones humanas que tiene el consumidor en el momento de su compra. Según Quiñones (2015) afirma: “visión que empieza y termina en las personas. Se trata de “poner a las personas primero”, y este es el gran poder del insight, su capacidad para hacer que las marcas y productos se vuelvan intangibles valiosos para sus consumidores” (p.38). También el término insight para Sawhney (referenciado por Quiñones 2015) establece que las empresas consiguen valor cuando su información la traducen a insight; también indica que tiene un carácter cualitativo e interpretativo el cual se puede obtener acciones del comportamiento del consumidor y afirma que “un insight es una comprensión fresca y no obvia de las creencias, valores, hábitos, deseos, motivos, emociones o necesidades del cliente, el cual además puede convertirse en base para una ventaja competitiva” (p.114).

Cristina Quiñones afirma: “La investigación orientada a develar insights del consumidor va más allá de los hechos estadísticos (...), se preocupa por observar al consumidor en su hábitat natural y analizar sus respuestas y comportamientos concretos; así como técnicas

disruptivas que indaguen en elementos emocionales, inconscientes o pensamiento lateral. Se trata de indagar más en el hacer y sentir que en el decir”. (Quiñones, 2015, p.55)

De acuerdo a lo citado, nos referimos al insight como aquella certeza no revelada de una persona, que al conocerla y/o comunicarla va permitir que las empresas y organizaciones conozcan a sus clientes y colaboradores de una forma más profunda, estableciendo una relación entre el servicio y el usuario, que logre satisfacer sus necesidades, propiciando estrategias de innovación que crea un servicio innovador. De esta manera; Quiñones (2015) concibe tres tipos: Los insights emocionales, los insight simbólicos y los insight culturales. “Los Insights emocionales supone poner al consumidor en el espejo de la verdad. Conseguir sus pensamientos inconscientes: lo que se atreve a confesar” (p.199). Es decir, aquella certeza que tiene en la mente del consumidor relacionada al servicio que adquiere, siendo un mediador la decisión que realiza. (Quiñones, 2015).

Asimismo; Zatman (como lo cito Quiñones, 2015), refiere: escasas son las organizaciones que se preocupan o le dan importancia a la metodología para adquirir las emociones, sentimientos y el desarrollo de la cultura, que le permita la toma de decisiones y la construcción de estrategias que la conlleve a ser una empresa competitiva. Como dijo (Pintado Blanco & Sanchez Herrera, 2014) Vivimos ante un nuevo concepto en el cual las organizaciones ya no solo venden el bien o servicio o marca, sino también desarrollan significados, emociones, sentimientos y cultura; diferente a lo tradicional de los años 90. Es así que las técnicas proyectivas, que se obtienen de la psicología son los métodos que ayudan a revelar las verdades del Insight, los cuales se dirigen a que los consumidores expresen sus sentimientos y sus pensamientos (Quiñones, 2015). Para conocer el insight emocional de una persona, se debe tener en cuenta la satisfacción de las emociones y la motivación (Quiñones, 2015). Arellano, Rivera y Molero (2013) Señala: “El término emoción viene del latín “emotio” que significa “el impulso que induce la acción” (p.136).

De esta forma se dice que las emociones tienen rasgos físicos y rasgos psicológicos, que permita a los seres humanos ajustarse al entorno. Se puede indicar que las emociones de las personas presentan acciones emocionales cognitivas y físicas para la satisfacción de las necesidades en el momento de adquirir un bien o servicio.

Los Insights simbólicos, constituyen el “decir” de las personas, las representaciones pictóricas que los individuos consiguen mediante la observación. Quiñones (2015) “los insight simbólicos nos permiten entender la naturaleza profunda, simbólica y emocional que existe entre consumidores y productos, una relación no obvia, evidente o necesariamente lógica – racional” (p.232). Para Quiñones (2015) el consumo es particularmente “simbólico”, porque el significado que cada individuo le denota, implica que estudie el entorno simbólico del ser humano, basándose en el conocimiento. Asimismo; se dice que el consumo es un elemento simbólico, en el que se debe percibir, los símbolos, significados y las percepciones como una forma de lograr el insight. Es así que para Quiñones (2015) “La palabra insight, en este contexto, significaría la adquisición de un conocimiento nuevo de una visión interna” (p.222). Es decir, la manera que se percibe y la visión interna relacionada con las realidades físicas. Al mismo tiempo; estos símbolos constituyen los significados ocultos que el ser humano experimenta.

Por consiguiente, los símbolos pueden ser verbales (anuncios en la televisión o revistas) o no verbales (formas, figuras, colores y texturas.) que ayudan a tener un significado adicional de los objetos, productos y/o servicios. De la misma forma, define el Diccionario Real Academia Española (RAE), como “el significado que tiene las palabras o las frases”; haciendo referencia a la representación para las personas en un contexto, momento, o búsqueda de un producto o servicio. Conforme a las creencias y acciones que realiza el consumidor, se entiende que los seres humanos obtienen bienes y/o servicios no por lo que efectúan, sino por su significado, lo que hace ser un símbolo o acarreador de significados. Por ende, las personas no compran solamente un producto o adquiere un servicio, compra un estilo de vida, algo que pueda satisfacer sus necesidades. (Quiñones, 2015)

Por otro lado, Kotler & Keller (2016) establece: la Percepción es el proceso por el cual una persona elige, instaura y demuestra los medios del como adquiere la información, para plasmar una imagen llena de “significado”, que no depende de las acciones físicas, sino también de la relación de las impresiones con el ambiente y la persona. (p.165). De esta forma, las percepciones son las que intervienen en el actuar del consumidor no solo en la proyección de realidades sino la forma de pensar, sentir y creer, que el consumidor presenta para su elección de compra de un bien o servicio. Para hallar los insights simbólicos, se utiliza las técnicas facilitadoras, lo que el consumidor revela, piensan, cree, considera y

percibe. Herramientas que promueven las tendencias creativas y a estudiar a profundidad las razones relativas de los productos. (Quiñones, 2015)

Los Insight culturales, se refieren a investigar a fondo un contexto cotidiano de las personas por un tiempo determinado, y así lograr comprensiones profundas de las marcas y el grado que juegan en la vida de las personas. Desde esta noción, para hallar los insight culturales se debe tener relaciones con el micro y macro entorno, evaluarlo y conocer todo de él. Quiñones (2015) es decir “El entendimiento de los contextos sociales y culturales” (p.251). La evaluación de los insights culturales se realiza mediante las técnicas etnográficas que permiten definir los contextos del consumidor; se observa el comportamiento y actitudes. Es así que el método etnográfico busca interpretar la cotidianidad del consumidor desde lo que ellos “hacen“ y no solo desde lo que “dicen”; es decir admite la observación en ambientes naturales, interacción directa con el consumidor y la atención al significado y no al acto mismo. (Quiñones, 2015). Supone la recolección de diversos documentos, componentes de conocimiento e instrumentos de investigación que logre identificar los códigos culturales, que un conjunto entiende del entorno y las formas de relacionarse.

Para el Ministerio de Educación (2018), la calidad educativa es un tema muy discutido que aborda la participación de los actores educativos en el cual implica que tanto el personal docente y administrativo estén preparados para políticas educativas y certificaciones actuales. Es así que la calidad educativa es un tema nacional que involucra a todos los actores educativos, es decir es del sistema, con sus normas, reglamentos que deben difundir y manejar para lograr compartir la visión deseada. OREALC/UNESCO Santiago (2008) establece calidad como “Un bien público y un derecho humano fundamental que los Estados tienen la obligación de respetar, promover y proteger, con el fin de asegurar la igualdad de oportunidades en el acceso al conocimiento de toda la población”. (p.4) Para referirse al término calidad educativa, la OREALC/UNESCO, (2008) menciona que la calidad educativa: Se concibe como un medio para que el ser humano se desarrolle plenamente como tal, ya que gracias a ella crece y se fortalece como persona y como especie que contribuye al desarrollo de la sociedad, transmitiendo y compartiendo sus valores y su cultura. (p.7).

Según Poggi, (2010) continuando el modelo de excelencia en la EFQM (2013) afirma: “la calidad en la educación se ha definido mediante un sistema de coherencias múltiples cuyas notas son funcionalidad, eficacia y eficiencia” (p. 36). La calidad de la educación al

mismo tiempo de ser eficaz y eficiente, debe respetar los derechos de todas las personas, ser relevante, pertinente y equitativa. Ejercer el derecho a la educación es esencial para desarrollar la personalidad e implementar los otros derechos (OREALC/UNESCO Santiago, 2008). Del mismo modo; en la filosofía de Deming se implanta los círculos de calidad para la evaluación de los procesos; además, hace referencia al control total de calidad que empieza con la educación, por lo cual se debe proveer de educación a todos los colaboradores.

Poggi (2010) desarrolla cinco dimensiones contempladas por la OREALC/UNESCO Santiago (2008) como son: Equidad, relevancia, pertinencia, eficacia y eficiencia; es necesario recordar que estas dimensiones constituyen un marco de referencia para la región Latinoamericana. Hoy en día, se puede afirmar que una institución educativa logra su calidad cuando se comprueba que se satisfacen los objetivos propuestos y se utiliza adecuadamente los recursos humanos, financieros, tecnológicos que permitan la aplicación de estrategias innovadoras orientadas en beneficio de la comunidad. En el debate realizado por la UNESCO, confirma el intercambio de experiencias sobre educación en el cual Llivina (2018) señala: Cada niño, adolescente y adulto tiene derecho a beneficiarse de una educación que satisfaga sus necesidades básicas de educación, se trata de una educación adaptada para aprovechar los talentos y el potencial de las personas y para desarrollar la personalidad de los educandos de modo que puedan mejorar su vida y transformar la sociedad. (p. 35)

Por lo expuesto, se puede indicar que se logrará la calidad en el servicio educativo, en la disposición en que todos se dirijan a un mismo objetivo. Para tener una educación de calidad, se debe intentar empoderar al personal, en su forma y motivaciones; desarrollar una reflexión crítica-reflexiva, mediante el uso creativo de procesos pedagógicos y administrativos que logren ser estrategias en beneficio el sector educativo. Por lo cual, le corresponde a las I.E desarrollar una cultura organizacional relacionada con el currículo institucional integrativo con un currículo, eficiente, eficaz y flexible, que favorezca los espacios de vida. La calidad también supone un conocimiento de desarrollo de estrategias que ayuden a la política educativa. Tomando referencia a Poggi (2010) y lo establecido en 2007 por la Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina en Santiago, se propone cinco dimensiones básicas relacionadas con la calidad de la educación dentro del enfoque universal de los derechos humanos:

La equidad es un ordenador de pluralidades, que señala los principios de igualdad y diferenciación, que responde a las necesidades de cada individuo. Asimismo; verifica que todas tengan oportunidades diferenciadas para hacer efectivo su derecho a la educación (Poggi, 2010, p. 33). Se verá reflejada en la idea de la inclusión de transformar, no sólo es acceder ni sólo brindar las condiciones y recursos, de generar accesos en beneficios de toda la comunidad educativa. Se obtendrá una educación con relevancia en la medida que se promueva el desarrollo personal y social, mediante aprendizajes significativos. Ello implica reforzar el desarrollo de capacidades y habilidades cognitivas y socio-afectivas, promoviendo la dignidad humana, el respeto de los derechos y libertades fundamentales.

Martinic (2008), dijo que por relevancia se entiende como: La concordancia de las intenciones institucionales y las exigencias sociales, ya sea para la solución de problemas prácticos o de carácter de conocimiento (ciencia o tecnología). Por lo tanto, es la capacidad de comunicar, la capacidad análisis y síntesis; y la capacidad de solucionar los problemas. Martinic (2008), señala: que la pertinencia contribuye al logro de resultados de manera flexible y significativa, la forma del cómo se desarrollan los procesos educativos. Por lo cual se construye una relación entre los procesos, resultados y el servicio. OREALC/UNESCO Santiago (2008), afirmó: “La pertinencia es la diversidad de necesidades de los individuos y de los contextos, para que la educación sea significativa para personas con diferentes capacidades y provenientes de distintos estratos sociales y culturas “(p.37-38). OREALC/UNESCO Santiago (2008), precisaron que la eficacia “da cuenta de si las metas educativas son alcanzadas por todos y no reproducen diferencias sociales de partida, traducidas en una inequitativa distribución de oportunidades y capacidades” (p.10). La eficiencia es definida con relación al financiamiento destinado a la educación, la responsabilidad en el uso de éste, los modelos de gestión institucional y de uso de los recursos; no es un imperativo economicista, sino una obligación derivada del respeto a la condición y derechos ciudadanos de todas las personas. (OREALC/UNESCO Santiago, 2008, p.10) La eficiencia: “Un sistema será de mayor calidad en la medida en que, comparado con otro, logra resultados similares con menores recursos” (Schmelkes, 2005).

Por lo tanto; en la formulación del problema; como pregunta general se estableció; ¿De qué manera el Insight del personal promueve la Calidad Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019? Asimismo, como preguntas específicas, se determinó: ¿De qué manera los Insight emocionales del personal promueve la Calidad

Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019?; ¿De qué manera los Insight simbólicos del personal promueve la Calidad Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019?, y ¿De qué manera los Insight culturales del personal promueve la Calidad Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019?

Al mismo tiempo; como justificación del problema se plantea que la presente investigación a nivel práctico será valiosa porque se emplearan los instrumentos en el propio lugar de observación, siendo los elemento de estudio, todo el personal administrativo y personal docente de la I.E “Virgen del Carmen del Distrito de Catacaos, lo que permitirá conocer cuál son las razones de la problemática que enfrenta la institución educativa, brindando la posibilidad de aplicación de los insight mediante la recolección de datos del personal, al momento de desarrollar sus funciones y /o actividades , siendo esto útil para la organización educativa, en su posicionamiento como marca educativa en la región Piura. A nivel profesional; se logrará una transcendencia, con una visión que fomente el desarrollo del personal, porque a través del insight se propone en el modelo educativo, criterios y estrategias que sean eje clave en promover la calidad educativa. Esta investigación a nivel social propone construir en el modelo educativo, un conocimiento que se profundice en valores, principios y progreso de una sociedad donde el principal ente es ser humano, en su integridad cognitiva y emocional. Por ultimo a nivel metodológico es una contribución en el uso de instrumentos mixtos (cualitativos y cuantitativos) para manejarlos por el personal en una Institución Educativa. También será una guía que servirá como antecedente para las futuras investigaciones; además, el uso de técnicas mixtas permitirá evaluar, explicar desde diferentes perspectivas las variables de estudio. Obteniendo resultados en beneficio de la investigación.

Por consiguiente, se precisa que el objetivo general de esta investigación será proponer el Insight para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019. Y como objetivos específicos: Analizar los Insights emocionales del personal para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos – 2019, determinar los Insights simbólicos del personal para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos – 2019; y establecer los Insights culturales del personal para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019.

## II. MÉTODO

### 2.1. Diseño de Investigación

Se utilizó el marco referencial como base para poder determinar el diseño de esta investigación y así poder determinar la información requerida, orientada al diseño de la recolección de datos con el fin de responder al planteamiento del problema (Hernández, 2014). De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014) la investigación es descriptiva, debido a que se detalla fenómenos, tales como el insight, las características y actitudes de las personas en el desarrollo de sus actividades o funciones. Así mismo, se empleó el método de la observación, ya que, según los mismos autores, sostienen que una forma de obtener datos primarios, es mediante la observación del comportamiento al realizar sus acciones. Según su finalidad fue una investigación aplicada. Porque busco las soluciones de un problema concreto vinculado a la utilidad práctica. En la investigación fue el insight que busco promover la calidad educativa.

Por su nivel es una investigación descriptiva, porque su procedimiento consistió en recoger la información de las diversas variables, estudiando el significado de experiencias vividas de cada trabajador administrativo y docente, es decir los resultados se obtuvieron mediante la aplicación de instrumentos (guías de pautas, encuestas) que fueron revelados mediante la práctica del trabajo del personal educativo. La investigación ha tenido un enfoque mixto, puesto que se utilizó herramienta cualitativa (Focus group, y herramienta cuantitativa (Encuesta). El uso de estas técnicas, servirán como antecedentes ante las nuevas investigaciones que busquen el enfoque en la calidad educativa. Según la temporalidad la Investigación es transversal; llamada también seccional o sincrónica, porque estudio un aspecto del desarrollo de los individuos (emociones, sentimientos, percepciones, significados, etc.) donde se compararon diferentes grupos de edad en un momento dado. Fue de diseño no experimental transeccional descriptivo porque no se manipula deliberadamente las variables de estudio y se describe los fenómenos de manera natural (Hernández, 2014).



2.2. Variables, Operacionalización:

**Tabla1. Operacionalización de las variables.**

**“Insight del Personal para Mejorar la Calidad Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019”.**

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Escala
<b>VARIABLE 01: INSIGHT</b>	Quiñones (2015) “Es aquella revelación o descubrimiento sobre las formas de pensar, sentir o actuar del consumidor frescas y no obvias” (p.35)	<b>Insight Emocionales</b>	Con el fin de saber los Insight emocionales se recaudará la información con la aplicación de cuestionarios, Guías de Pautas al Personal administrativo y docente de la I.E "Virgen del Carmen"- Catacaos. Para el grado de satisfacción y motivación existente.	Satisfacción	Ordinal
				Motivación	Ordinal
		<b>Insight Simbólicos</b>	Los Insight Simbólicos se precisarán mediante los símbolos, significados y percepciones que el personal administrativo y docente de la I.E "Virgen del Carmen"- Catacaos, demuestra a la aplicación del cuestionario y a la Guía de Pautas.	Símbolos	Ordinal
				Significados	Ordinal
				Percepciones	Ordinal
		<b>Insight Culturales</b>	Los Insight Culturales se recogerá información mediante el análisis del comportamiento social, creencias, liderazgo y valores que presente el personal de la I.E "Virgen del Carmen"- Catacaos, que se demostrara mediante la aplicación del cuestionario y guías de pautas.	Creencias	Ordinal
				Liderazgo	Ordinal
				Comportamientos Sociales	Ordinal
				Valores	Ordinal
<b>VARIABLE 02: CALIDAD EDUCATIVA.</b>	La calidad de la educación al mismo tiempo de ser eficaz y eficiente, debe respetar los derechos de todas las personas, ser relevante, pertinente y equitativa. Ejercer el derecho a la educación es esencial para desarrollar la personalidad e implementar los otros derechos. (OREALC/UNESCO Santiago, 2008)	<b>Equidad</b>	La Equidad se mide a través de la Inclusión educativa y el acceso y su permanencia que el personal y la I.E logrará mediante la aplicación de un cuestionario al personal de la I.E "Virgen del Carmen"- Catacaos.	Inclusión educativa	Ordinal
				Acceso y su permanencia	Ordinal
		<b>Relevancia</b>	La Relevancia, que brinda el personal será analizado mediante el grado capacidad de comunicación, de análisis y de solución de los problemas que arroje los resultados de las encuestas aplicadas a todo el personal de la I.E " Virgen del Carmen" Catacaos.	Capacidad de comunicarse en forma oral y escrita	Ordinal
				Capacidad de análisis y síntesis de información	Ordinal
				Capacidad de solucionar problemas	Ordinal
		<b>Pertinencia</b>	La pertinencia del servicio prestado por la I.E se logrará mediante la evaluación del grado de flexibilidad que presente el personal administrativo y docente de la I.E "Virgen del Carmen" de Catacaos, como resultado de la aplicación del cuestionario.	Flexibilidad	Ordinal
		<b>Eficacia</b>	La Eficacia al servicio prestado por la I.E se logrará mediante la evaluación de las metas educativas, las diferencias sociales y la distribución de oportunidades que presente el personal administrativo y docente de la I.E "Virgen del Carmen" de Catacaos, como resultado de la aplicación de los cuestionarios.	Metas Educativas	Ordinal
				Diferencias sociales	Ordinal
				Distribución de oportunidades	Ordinal
		<b>Eficiencia</b>	La eficiencia del personal administrativo y docente de la I.E "Virgen del Carmen" de Catacaos, medirá la relación entre los objetivos y aprendizajes, la distribución de los recursos y los niveles de logro del personal de la I.E, mediante la aplicación de las encuestas.	Relación entre objetivos y aprendizajes	Ordinal
Distribución de los recursos	Ordinal				
Niveles de logro	Ordinal				

## 2.3. Población y muestra

### 2.3.1. Población

La población es definida por el acumulado de todos los casos que coinciden con una serie de descripciones (Hernández, 2014). Por lo cual la población estuvo dada por el Personal administrativo y personal docente de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.

**Tabla 2. Población del personal administrativo 07 y población del personal docente 35 de la I.E “Virgen del Carmen”- Catacaos.**

<b>Personal Administrativo</b>	<b>Personal Docente</b>
Directivos (02 personas)	Nivel Inicial (2 personas)
Administrativo (05 personas)	Nivel Primaria (33 personas)

Fuente: Elaboración Propia.

La muestra estuvo representada por el total de las personas que conformaron la población de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos, aplicándose un censo.

### 2.3.2. Muestra

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostienen que la muestra se lleva a cabo por medio del estudio de una pequeña muestra o segmento de la población total. Con el fin de definir el tamaño de la muestra. La muestra está representada por las 42 personas de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.

### 2.3.3. Criterios de Inclusión

Personas varones y mujeres que laboran como personal administrativo y personal docente en la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.

### 2.3.4. Criterios de Exclusión

No fueron aplicados porque se trabajó con un censo poblacional.

## 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

### 2.4.1. Técnicas

Para Kotler & Armstrong (2012) mencionan que la investigación por encuesta es un método que se usa con frecuencia con el fin de lograr información

primaria al realizar preguntas a las diferentes personas sobre sus conocimientos, preferencias y actitudes. Según dicha premisa, la presente investigación empleó la encuesta como técnica. Ya que contribuirá a conseguir de forma adecuada la información que se requiere. Se orientó a recaudar datos observables y medibles a través personal de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos. Asimismo; se desarrolló según las especificaciones que concierne el APEIM (1999), la técnica el Focus group el cual se conformó de preguntas claves, que permitieron ahondar en las respuestas de emociones y sentimientos que el personal administrativo y personal docente de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos presento.

#### **2.4.2. Instrumentos**

Kotler y Armstrong (2012) sostienen que el cuestionario es el instrumento más usual y se administra en persona, telefónicamente, por correo electrónico o en línea. Las preguntas se realizan de manera flexible, debido a que existen diversas formas de plantearlas, por ejemplo, con preguntas abierta o cerradas. En consecuencia, en la investigación se emplearon diversas preguntas de forma estructurada, que se efectuaron a la muestra con la intención de obtener la información estadística acerca de las realidades y temas de estudio. Se manejó un cuestionario de preguntas de las variables de estudio (insight y calidad educativa) que consto de 52 preguntas para cada variable considerando sus dimensiones; elaborada en la medida de escala de Likert. (Hernández, 2014)

Se manejó también, la herramienta de la Guía de pautas, una herramienta cualitativa, que junto con las propuestas establecidas permite guiar el manejo grupal de los sujetos elegidos con el fin de obtener las respuestas a las preguntas de investigación que se conformó por preguntas claves, que permitieron ahondar en las respuestas de emociones y sentimientos que el personal administrativo y personal docente de la I.E presenta, según los criterios del APEIM (1999).

#### **2.4.3. Validez**

Con el fin de acceder a la validación de los instrumentos, se tomó en cuenta a especialistas quienes formularon un juicio sobre dichos instrumentos y contrastaron si demuestran relación con el problema de la investigación, si hay conexión con los objetivos de la investigación y si se tomaron en cuenta todos los indicadores que se establecieron en la Operacionalización de variables; si la forma de la redacción de los ítems es adecuada y entendible.

Para el desarrollo de esta investigación ambas variables pasaron la prueba del nivel de confianza es decir la investigación es viable.

#### 2.4.4. Confiabilidad

Se utilizó el procedimiento estadístico. En nuestro caso se manejó el “alfa de Cronbach” que nos reveló un resultado de 0.911. Además, este análisis de datos, se ejecutó con la intención de representar a través de cuadros y figuras (gráficos) los resultados, según el orden del planteamiento de los objetivos específicos. Así mismo, se aplicó el paquete estadístico SPSS versión 25 – 2019 para ejecutar el procesamiento de datos.

Según la formula estadística:

Dónde:

$\alpha$  = Alfa de Cronbach  
 k = Número de ítems  
 $S_i^2$  = Varianza de cada ítem  
 $S_T^2$  = Varianza total.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

**Tabla 3. Índice de confiabilidad de Cronbach de la variable Insight y Calidad Educativa:**

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,911	,921	42

Fuente: Elaboración Propia.

El valor de confiabilidad mediante la aplicación de la prueba del alfa de Cronbach fue 0.911, presentando que el instrumento tiene mediciones estables y solidas.

#### 2.5. Método de análisis y datos.

Los datos estadísticos obtenidos por la aplicación del cuestionario al personal de la I.E; se expresaron a través de cuadros y figuras para facilitar la interpretación y posterior análisis. También se empleó el programa estadístico SPSS versión 25. Asimismo ; para analizar los datos de los resultados obtenidos por los cuatro Focus group, que se aplicó al personal de la I.E, se efectuó el análisis de la interpretación

exacta, debido a los datos de tipo cualitativos; con el fin de dar calidad a los resultados y así brindar solución a las preguntas de investigación planteadas.

## 2.6. Aspectos Éticos.

Se cumplirá con los requerimientos y normas que estipula Asociación Peruana de Investigación de Mercados (APEIM) para los Focus Group y la aplicación de encuestas, que se realizarán en la presente investigación.

Se tendrá en consideración:

- De acuerdo a los antecedentes, bases teóricas plasmadas en la investigación, se realizó las adecuadas citas bibliográficas que evidencien su uso.

- Los instrumentos tendrán una validez de acuerdo a los parámetros que la Universidad establece.

- Se obtuvo un grado de confiabilidad, respeto y no divulgación de la información que la I.E Proporciona al investigador para la ejecución de la investigación.

- Resguardo en la identificación de los participantes (el personal administrativo y personal docente) de la presente investigación.

### III. RESULTADOS

Para plantear el Insight con el objetivo de promover la calidad educativa de la I.E “Virgen del Carmen del Distrito de Catacaos, Piura, se aplicó dos instrumentos que permiten evaluar las variables comprendidas en la investigación: un cuestionario y cuatro Focus group.

#### 3.1. Resultados de Cuestionario a trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen del Distrito de Catacaos

El cuestionario estuvo enfocado en el personal de la I.E “Virgen del Carmen” del distrito de Catacaos, estructurado mediante la escala de Likert, que consto de cinco opciones de respuesta, cuyos valores son desde siempre hasta nunca y que se les asignó valores desde 1 hasta 5. Se obtuvo como resultado el perfil de este público objetivo con relación a sus intereses emocionales, hábitos simbólicos, y sus entendimientos culturales con respecto a las acciones que ejecuta en la I.E.

##### 3.1.1. Los insights emocionales en los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.

**Tabla 4. Tabla de la dimensión Insight Emocionales:**  
**INSIGHT EMOCIONALES**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	7,1	7,1	7,1
	Casi Nunca	33	78,6	78,6	85,7
	A Veces	4	9,5	9,5	95,2
	Casi Siempre	2	4,8	4,8	100,0
<b>Total</b>		<b>42</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración Propia.

Los resultados que se observan en la tabla 04, proporcionan que el 78.6% de las personas encuestadas “casi nunca” se siente satisfechas o motivadas. Solo un 4.8% presentan “casi siempre” indicadores de satisfacción y motivación que conlleva a insight emocionales adecuados en la institución educativa. Por lo que el personal no realiza eficientemente su labor debido a su falta de motivación.

**3.1.2.** Los insights simbólicos en los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.

**Tabla 5. Tabla de la dimensión Insight Simbólicos:**

		INSIGHT SIMBÓLICOS		Porcentaje	Porcentaje
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Nunca	2	4,8	4,8	4,8
	Casi Nunca	30	71,4	71,4	76,2
	A Veces	10	23,8	23,8	100,0
<b>Total</b>		<b>42</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración Propia.

Se muestra en la tabla 05, que solo un 71.4 % “casi nunca” identifican los símbolos y su significado, ni perciben que existe una planificación de actividades, ni que se solucionen los problemas; solo un 23.8 % “a veces” presentan un insight simbólico idóneo en la institución educativa. Por lo que existe un desorden por la planificación y toma de decisiones.

**3.1.3.** Los insights culturales en los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.

**Tabla 6. Tabla de la dimensión Insight Culturales:**

		INSIGHT CULTURALES		Porcentaje	Porcentaje
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Casi	20	47,6	47,6	47,6
	Nunca				
	A Veces	22	52,4	52,4	100,0
<b>Total</b>		<b>42</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración Propia.

Los datos de la tabla 06, exponen que un 52.4% del personal de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos, “a veces” muestra insight culturales; mientras que un 47.6% de los encuestados “casi nunca” muestran comportamientos sociales, valores, creencias

y liderazgo en la institución educativa. Situación que debe poner más énfasis para que todo el personal logre promover la calidad educativa.

**3.1.4.** El insight para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos.

**Tabla 7. Tabla de la variable Insight:**

		<b>INSIGHT</b>			
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>Casi</b>	30	71,4	71,4	71,4
	<b>Nunca</b>				
	<b>A Veces</b>	12	28,6	28,6	100,0
<b>Total</b>		<b>42</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración Propia.

La tabla 07 referente a la variable insight determina que de las 42 personas de la institución educativa “Virgen del Carmen” de Catacaos, 30 de ellas marcaron “casi nunca” que representa un 71.4 % que no cuentan con insight emocionales, simbólicos y culturales, y las 12 personas restantes marcaron “a veces” que interpretan el 28, 6% “a veces” escasamente cuenta con algún insight. Escenario que coloca al personal de la I.E sin ninguna presencia ni tipo de insight.

**Tabla 8. Tabla de la variable Calidad Educativa:**

		<b>CALIDAD EDUCATIVA</b>			
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>Casi</b>	19	45,2	45,2	45,2
	<b>Nunca</b>				
	<b>A Veces</b>	23	54,8	54,8	100,0
<b>Total</b>		<b>42</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla 08 referente a la variable calidad educativa, evidencia que del total de las personas encuestadas en el ítem “a veces” representa un 54.8% determinando que presentan ciertos estándares de calidad educativa relacionados a la equidad, relevancia, pertinencia, eficacia y eficiencia; pero que aún resultan un porcentaje insuficiente si es que hablamos de promover la calidad educativa. Se observa que “casi nunca” un 45.2



% no presentan indicadores de calidad educativa, reflejando que existe falta de aplicación de estos indicadores en la institución analizada.

### 3.2. Resultados del Focus group aplicado a los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen del Distrito de Catacaos

El Focus group estuvo también orientado al personal de la I.E; en el que se contó con la intervención de un total de 42 trabajadores; lo cual permitió conocer el insight emocionales, simbólicos y culturales.

#### 3.2.1. Los insights emocionales en los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.

Para identificar los insights emocionales de cada Focus group, se tomó como referencia las técnicas proyectivas, indicadas por Cristina Quiñones. Posteriormente se procedió a efectuar el análisis conveniente teniendo como resultados diferentes insights emocionales relacionados con las motivaciones y satisfacciones reflejadas en cada trabajador lo cual se detalla:

En las motivaciones de los trabajadores en su primer día de trabajo se pudo identificar dos tipos, las cuales son clasificadas en emociones positivas y negativas las mismas que son claramente mostradas:

Las emociones positivas reconocidas fueron el compromiso y las expectativas.

- Compromiso: El trabajador al dar inicio a una nueva experiencia laboral, se sintió comprometido con su nuevo centro laboral, viendo a la I.E “Virgen del Carmen” como un lugar donde aplicar su experiencia.

Al mismo tiempo es un Insight, porque ellos optaron por trabajar en esa I.E, viendo a la I.E como una oportunidad para brindar todos sus conocimientos y aportes en esta nueva I.E y revalorar su compromiso asumido en su profesión.

- Expectativa: Los trabajadores sienten gran confianza por conocer nuevos aspectos relacionados con la I.E “Virgen del Carmen”.

De la misma forma, se observa la presencia de dos emociones negativas: el temor, desobediencia, que se detallada de la siguiente forma:

- Temor: Los trabajadores sintieron nervios por no conocer a nadie, no saber cómo era la vida laboral y no conocer claramente que se trabajaba en esa I.E.
- Desobediencia: Que se dio a conocer cuando les pregunto por las supervisiones de la Drep y Ugel y estos resultados reflejan que el personal siente un alto grado de desobediencia a las supervisiones que realizan las instituciones superiores jerárquicos como la Ugel y la DREP.

Se reflejaron frases como “Otra vez vienen a supervisar, por gusto vienen porque ni caso les hacemos jejeje”.

Dentro de las satisfacciones, se han evidenciado las siguientes:

- Las satisfacciones en el ámbito profesional; se presenta la posibilidad de acceder a un cargo jerárquico como coordinadores, ascender dentro de las escalas magisteriales, ser tutores, ser jefes de comisiones que represente un liderazgo educativo.
- Las satisfacciones en el ámbito personal, demostraron que la parte remunerativa les ayuda en la mejora de la economía familiar a medida que van ascendiendo de acuerdo a la meritocracia del magisterio.

### **3.2.2.** Los insights simbólicos en los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.

Para la obtención de los resultados que determinen los insight simbólicos del personal, para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del distrito de Catacaos; se hizo uso de la técnica proyectiva de asociación, en el cual se solicita que las respuestas se realicen mediante un dibujo cuando escuchan la palabra “Virgen del Carmen “, “MINEDU” y “ESCALE”.

Los símbolos que se evidenciaron en los trabajadores cuando asociaron la palabra “Virgen del Carmen” son: Los Aprendizaje, la formación de ciudadanos, el Centro de labores y la responsabilidad.

Todos ellas muestran el significado relacionado al trabajo educativo que desarrollan en el centro de labores con la responsabilidad en la formación de nuevos

ciudadanos con aprendizajes que les permitirá desenvolverse en el ámbito de su vida profesional y laboral.

Cuando se expresó la palabra MINEDU, los trabajadores de la I.E la relacionaron con: Las Normas educativas, las Políticas educativas y las Evaluaciones

Por lo cual, el significado de cada expresión dio lugar a identificar la imagen del MINEDU con las políticas educativas emanadas por el MINEDU mediante las normas, buscan mejorar la educación en el país y estas son medidas a través de las evaluaciones propuestas por el MINEDU para verificar el impacto de dichas políticas implementadas en el país.

Para la palabra ESCALE, los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen de Catacaos, lo asociaron con lo siguiente: La Estadística, los Censos, las mediciones, y las ubicaciones geográficas.

Dicha asociación genera significados relacionados con la creación de nuevas estrategias pedagógicas y educativas que son apoyo para las mediciones estadísticas a través de censos respetando su ubicación geográfica.

Referente a las Percepciones del personal de la I.E “Virgen del Carmen”, se evidencio en la descripción del: debe conocer, debe saber realizar y debe ser.

- “Debe conocer”: El personal de la Institución Educativa, plasmo que debe conocer sus funciones, deberes y responsabilidades establecidas, de acuerdo a los cargos que desempeñan.
- “Debe saber realizar”: El personal debe realizar con eficiencia, eficacia y esmero las labores que a diario realizan en la I.E en beneficio de la comunidad educativa.
- “Debe ser”: El personal debe ser personas integras, que sean ejemplo a los alumnos, con la práctica de valores como la honestidad, responsabilidad y honradez.

### **3.2.3. Los insights culturales en los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.**

Se desarrolló una dinámica de estrategias y liderazgo, visualizando el video: (<https://www.youtube.com/watch?v=t79MUVYhSJs> ) en el cual los participantes en grupos buscaron una solución al problema planteado y así lograr promover el trabajo en equipo y desarrollar habilidades.

Para el desarrollo de los comportamientos sociales y valores; se aplicó herramientas audiovisuales:

- Relaciones Humanas - Los Valores – Reflexión

(<https://www.youtube.com/watch?v=GUtJcL1z27Q>)

- La Carreta, Performia - Trabajo en Equipo - Selección de Personal

([https://www.youtube.com/watch?v=pidhWGD-m\\_A](https://www.youtube.com/watch?v=pidhWGD-m_A))

El personal de la I.E “se sintió identificado con lo reflejado en el video, se analizó los Comportamientos Sociales de todo el personal de la I.E y los valores más destacados entre los trabajadores fueron: la responsabilidad, amor, solidaridad, justicia y respeto en la I.E. Asimismo, presentaron respuestas en las que reflejaron ausencia del liderazgo.

#### IV. DISCUSIÓN

La actual investigación ha tenido como propósito precisar los insights de los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” del distrito de Catacaos, asumiendo como objetivos específicos, analizar los insights emocionales, determinar los insight simbólicos y establecer los insight culturales presente en ellos. Para lo cual se hizo uso de la aplicación de un cuestionario y de 4 Focus group, donde participaron 42 personas.

En concordancia al **primer objetivo** específico trazado, que consistía en analizar los insight emocionales del personal de la I.E “Virgen del Carmen”, del distrito de Catacaos 2019; los resultados de la aplicación del cuestionario y el focus group presentan una similitud con lo establecido por Cristina Quiñones (2015) definiendo al insight emocional como aquellos que se conectan con nuestro yo interior; refiriéndose al conocimiento y vínculo emocional de los trabajadores en el primer día de trabajo, con emociones positivas y con emociones negativas. Entre las motivaciones que influyeron en su elección de un nuevo lugar laboral, se reflejó el vínculo emocional que ellos tienen en relación a su profesión y su centro laboral. Se determinaron 4 insights emocionales: El compromiso, la expectativa, las satisfacciones en el ámbito profesionales y las satisfacciones en el ámbito personal; que han reflejado el vínculo emocional entre la marca institucional y los trabajadores.

Por otro lado, Serrano (2016), presentó su tesis titulada: “Consultoría sobre la calidad y eficiencia que los estudiantes de pregrado perciben los servicios administrativos y académicos“, Con la investigación se busca identificar opiniones, valoraciones, sentimientos y motivaciones comunes que tienen los estudiantes, a fin de encontrar las causas y áreas donde los estudiantes perciben deficiencias en el servicio que se les ofrece. Esto ayuda a plantear alternativas de solución para mejorar en función de la calidad, eficiencia y eficacia en el bienestar de docentes, estudiantes, administrativos, autoridades e institución. De tal manera que dicha investigación tiene concordancia con los resultados que se observaron en la aplicación del cuestionario, en el que el indicador de satisfacción presenta el 78.6% de las personas encuestadas “casi nunca” se siente satisfechas. Solo un 4.8% presentan un “casi siempre” se sienten satisfechos. Referente al indicador de motivación el 52.4% de los trabajadores de la I.E casi nunca presentan la motivación; mientras un 16.7 % “a veces” presentan la motivación. Todo lo señalado también, guardando relación con la investigación denominada: “El insight como estrategia de marca”, elaborada por Silvia (2017), que

desarrolla el Insight como componente creativo en los varios contextos, por ello se debe entender al consumidor; cómo vive, percibe y experimenta el mundo que los rodea; y de esta forma adecuar la comunicación, con las estrategias comunicativas que ha tenido en los estudiantes, para determinar su comportamiento de compra. Además; con la revista denominada “Mediación insight: un modelo reflexivo y pedagógico para abordar los conflictos”; realizada por Garrido (2017), en ella se reconoce los sentimientos como portadores de valor, como concepto clave que influye en la mediación del insight, y en el trabajo realizado por Lonergan sobre la función de los sentimientos puesto que los sentimientos y valores están conectados con experiencias pasadas y que anticipan resultados futuros.

Esto da lugar a que se describa el Insight y el porqué de los consumidores eligen un producto o servicio, siendo las emociones las que establecen la elección de consumo y promueven la calidad educativa. Y es así que el insight tome influencia en las interacciones mediante los sentimientos. Y sus resultados han permitido que exista un vínculo e identificación de los trabajadores con su lugar de trabajo, mediante la comunicación y uso de estrategias de marketing emocional. Por lo que se debe aprovechar cada manifestación vertida para conocer un poco más de como sienten, viven y piensan los trabajadores, en donde cada uno de ellos se sienta importante y de esta manera generar valor y el cumplimiento de sus actividades laborales.

Referente al **segundo objetivo específico** de la investigación, relacionado a determinar los insight simbólicos del personal para promover la calidad educativa de la I.E “Virgen del Carmen” del distrito de Catacaos- 2019. Los resultados concuerdan con lo dicho por Quiñones (2015) que expone que los insight simbólico, son aquellos que por medio de las imágenes se busca el significado y el desarrollo de sus percepciones. Se relaciona con nuestra investigación en el uso de las técnicas proyectivas de asociación, en el cual los trabajadores daban respuesta mediante un dibujo, cuando escuchaban la palabra “Virgen del Carmen “, “MINEDU” y “ESCALE” y a la vez cada colaborador relacionaba la palabra, dándole así un significado a cada una de ellas. Esta teoría concuerda con los resultados obtenidos de la presente investigación, en los cuales se manifiesta que un 19% “a veces” identifican los símbolos; mientras que un 57.1 % presentan “casi nunca” significados, y un 4.8 % “siempre” presentan las percepciones; lo cual evidencia que no existe, ni se percibe una planificación

de actividades, ni de solución de los problemas, ni un insight simbólico idóneo en la institución educativa.

Todo ello también guarda relación con lo dicho por Heredia (2015) el cual, él dice que, se debe reconocer la naturaleza simbólica del ser humano, ya que los individuos no interactúan directamente con el mundo social o natural, con la misma realidad sino con una representación mental de la misma, siendo esta representación simbólica la única concreta que existe en el hombre. Los datos se recolectaron mediante la técnica del Focus Group, logrando relacionar los resultados obtenidos con la investigación porque en ella se evidencia el cómo con el transcurrir de los años las mujeres optaban por diferentes marcas y productos con las que experimentan hasta llegar a crear un vínculo emocional con una de ellas. Estos resultados obtenidos de ambos instrumentos, se corroboran con el estudio donde se logró conocer la percepción que tenían, alcanzando un conocimiento más profundo de los sentimientos y valores del consumidor, apelando a esa gran porción de emoción comprendida en la toma de decisiones.

Es relevante con lo que se dice por Quiñones (2015) el “consumo es en esencia un acto eminentemente simbólico”; es decir, es el hecho de gasto donde se demandan y ofertan imágenes de productos y servicios más que cosas. De acuerdo a los resultados se evidencia que un insight da origen a la gran idea creativa que puede ayudar a conectar la marca con el consumidor y que sirve no solo para vender, pues más que un producto, se debe ofrecer una experiencia o significado emocional simbólico de mucho mayor valor. Asimismo; dicha asociación genera significados relacionados con la creación de nuevas estrategias pedagógicas y educativas que son apoyo para las mediciones estadísticas a través de censos respetando su ubicación geográfica. Siendo más que solo como lo refiere Cristina Quiñones más que formas, colores, olores y sabores.

A su vez lo indicado concuerda con la tesis titulada “Mediación insight: un modelo reflexivo y pedagógico para abordar los conflictos”, realizada por Garrido (2017), en la cual denomina al Insight como un factor de suma importancia para cualquier proceso creativo que se intente realizar, permitiendo desarrollar la idea de innovación, que conciben que un producto y/o servicio se pueda distinguir de otro similar. Con su aporte dirigido a desarrolladores profesionales en Insight, se logra encontrar una relación perfecta e idónea donde en esta tesis se afirma que no existe una fórmula ya establecida para crear o encontrar

un insight, todo surge a partir de un proceso de observación donde pasa por múltiples facetas entender, comprender, adaptar y finalmente integrarlo a la estrategia.

De los hallazgos encontrados y del análisis de los resultados respecto al **tercer objetivo específico**, en el que se busca establecer los insight culturales del personal para promover la calidad educativa de la I.E “Virgen del Carmen “del Distrito de Catacaos- 2019; guarda relación con lo definido por Quiñones (2015) en el cual estos insight culturales se definen mediante la comprensión de los contextos sociales y culturales. Se realizó la evaluación de los insights culturales mediante el uso de las técnicas etnográficas que han permitido precisar el contexto donde se desarrolla el personal de la I.E, evidenciando su comportamiento y actitudes. Sus valores más destacados entre los trabajadores fueron: la responsabilidad, amor, solidaridad, justicia y respeto en la I.E. asimismo; se observa que en los resultados un 52.4% del personal de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos, “a veces” muestran insight culturales; mientras que un 47.6 % de los encuestados “casi nunca” muestran comportamientos sociales, valores, creencias y liderazgo en la institución educativa.

Asimismo, se evidencia la importancia de los insight culturales dentro de la I.E como se refleja en la tesis de Silva (2017) titulada: “Impacto del uso de insights como base de la estrategia de marca de Pilsen Callao en el comportamiento de compra de universitarios varones de Trujillo - Perú”; en donde se hace un estudio de la parte etnográfica de los consumidores para el posicionamiento de la marca.

Lo establecido por la revista denominada “Mediación insight: un modelo reflexivo y pedagógico para abordar los conflictos”, de Garrido (2017); considera que la curiosidad en mediación consiste en un esfuerzo personal, para descubrir lo que tiene sentido y valor para el otro, para darle la palabra y que exprese el fondo de sus roles, sus status, sus creencias, interpretadas siempre de manera única por el individuo. Es así que en los resultados de nuestra investigación el indicador de las creencias se puede observar que un 61.9% “casi nunca” tienen creencias; por lo que se concluye que un 4.8 % “casi siempre” presenta el mencionado indicador. Por otra parte en el indicador de liderazgo nos muestra que un 64.3 % “casi nunca” demuestran liderazgo en la I.E, evidenciando que no existen habilidades de dirección no logrando un trabajo eficiente, pero un 4.8% en donde “siempre” demuestran liderazgo. Concluyendo que existe una carencia de un buen líder que sea capaz de guiar al personal y promover la calidad educativa.



Los resultados con referencia a los comportamientos Sociales nos muestran que un 78.6 % “a veces” se presentan dichos comportamientos en la I.E.; mientras que por otro lado existe un 21.4% de “casi nunca” presentan dicho indicador. Asimismo; en el indicador de valores demuestra que un 85.7 % de “casi nunca” revelan valores en la I.E; siendo un 4.8% de “casi siempre” exteriorizan este indicador. De esta manera se define que los insight culturales reflejan la manera o forma que el trabajador se relaciona en el I.E utilizando sus creencias, hábitos, valores, actitudes en el desarrollo de sus actividades.

El **objetivo general de la investigación**, referente al insight para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos; guarda concordancia con lo expuesto por Quiñones (2015), que denomina un insight o insight del consumidor constituyen verdades humanas, que admite la relación, emocional, simbólica y cultural entre un consumidor, un producto y/o servicio. Considerando al insight como aquella manifestación que permite lograr estrategias que ayudan a promover la calidad educativa. Es decir, el insight tiene la capacidad de lograr que productos y/o servicios sean valiosos en significado y en imagen haciendo que el consumidor logre identificarse con ellos.

Asimismo, en la tesis titulada: “Desempeño docente, calidad educativa y comprensión lectora en estudiantes de primaria de la institución educativa 20188” de Arias (2018), analizó la calidad educativa y en su marco teórico se encontró fundamentos del sistema educativo, así como los procesos fundamentados del aprendizaje desde la psicología cognitiva en donde la eficacia y eficiencia permite la valoración de que las metas educativas son alcanzadas por todos, con sus niveles de logro e indicadores que son alcanzados en un período determinado. Concordando con nuestra investigación en donde la calidad educativa, del total de las personas encuestadas en el ítem “a veces” representa un 54.8% comprobando que existen ciertos estándares de calidad educativa relacionados a la equidad, relevancia, pertinencia, eficacia y eficiencia; pero que aún resultan un porcentaje insuficiente si es que hablamos de promover la calidad educativa. Se observa que “casi nunca” es un 45.2 % no presentan indicadores de calidad educativa, manifestando que existe falta de aplicación de estos indicadores en la institución analizada.

De la tesis titulada: “Gestión administrativa y calidad educativa en el instituto superior tecnológico público Julio César Tello, Villa El Salvador - 2017” de Suárez y Talavera Sánchez (2017), en donde se demostró que existe relación entre gestión administrativa y

calidad educativa; sus indicadores están relacionados con el rol de los directivos que son fundamentales en la institución; ya que se busca el logro de los objetivos y metas planeadas, y a su vez una buena gestión siempre ayudara a realizar un trabajo organizado y comprometido con la calidad educativa. Esto guarda relación con el indicador de eficiencia de nuestra variable calidad educativa, donde un 31.0 % “casi nunca” muestran eficiencia a la I.E. Por otro lado existe un 69.0% a veces presentan este indicador; confirmando que en la I.E carecen de una adecuada gestión administrativa reflejada por una carencia de liderazgo y esto genera que no se fomenten aprendizajes de calidad; puesto que existe una relación con el indicador equidad que nos muestra que un 47.6 % “a veces” expresan equidad en la I.E y un 4.8% “casi siempre” muestra este indicador, determinando que son relevantes los objetivos de la institución con las necesidades sociales y/o académicas, es decir el desarrollo individual y social de la persona.

Por otra parte, en nuestros resultados del indicador relevancia de la variable calidad educativa, nos muestra que un 61.9 % “casi nunca” muestran relevancia en la I.E y un 38.1% “a veces” presentan este indicador; demostrando que una adecuada gestión tiene incidencia directa con la calidad educativa y el buen funcionamiento de la institución y esta guarda coincidencia con el presente trabajo, en donde intentamos desde una nueva estrategia como el insight de no solo promover la calidad educativa sino mejorar la gestión administrativa y el clima laboral, desde una visión en donde las verdades humanas, frescas y reveladoras que generan oportunidades de innovación, como lo determina Quiñones (2015).

En la tesis titulada: “Plan estratégico de liderazgo transformacional para mejorar la calidad de la gestión educativa en la I.E. N° 14682 Portachuelo, Distrito Chalaco, Provincia Morropón, departamento Piura, Año 2014”. El papel de la orientación es clave en la calidad y mejora de los centros alumnos en todos sus aspectos (estructurales, culturales, educativos, políticos y simbólicos): todo intento de refinar sus dilemas, posibilidades y limitaciones ha de ser considerado positivo” (p. 397). Esta situación concretamente es la realidad del nivel primaria de las Institución Educativas. En concordancia con este párrafo encontramos que referente a la variable insight determina que de las 42 personas de la institución educativa “Virgen del Carmen” de Catacaos, 30 de ellas marcaron “casi nunca” que representa un 71.4 % que no cuentan o no reflejan un insight, y las 12 personas restantes marcaron “a veces” que simbolizan el 28, 6% que escasamente cuenta con algún insight. Se demuestra que esta I.E no presenta ningún tipo de insight. Nos amparamos en la base teórica de Cristina

Quiñones (2015) la publicista sostiene que un insight se trata de entender la verdad profunda del cliente obtener el descubrimiento y con esta herramienta potente lograr conectar la marca con el consumidor.

De todos estos resultados se puede afirmar que no existe o no se ha desarrollado el insight dentro de la I.E “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos, originando una serie de problemas que se ven reflejados en la calidad educativa que se brinda a los clientes finales como son los alumnos. Se puede apreciar que muchas veces los docentes llegan desmotivados, amargados, a veces se comportan intolerantes y siempre se sienten fuera del equipo que forman todo el personal de la I.E, es decir no existe una integración armoniosa y efectiva. Además, se ha detectado que no existe un liderazgo que se encargue de guiar, dirigir, armonizar y supervisar el desempeño del personal dentro de la I.E; perjudicando la implementación de estrategias, experiencias que ayuden al personal a desarrollar aún más sus capacidades y estos sean capaces de aplicarlos en los alumnos de la institución

## V. CONCLUSIONES

1. Como consecuencia de analizar los Insights emocionales del personal para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos; se muestra que existe un gran porcentaje del personal de la I.E que no presentan motivación alguna, ni desarrollo de su satisfacción en la ejecución de sus actividades y /o funciones. Todo ello, a consecuencia, no presentar ninguna estrategia en donde se preocupe por las emociones o la parte interna del personal de las instituciones educativas generando que se desarrollen emociones negativas que no permita promover la calidad educativa. Por lo tanto, los insights emocionales, no estuvieron ligados al proceso sistemático del reconocimiento de los sentimientos, ni de las emociones que la conciencia emite y que permite reconocer. Es decir, el revelar un insights corresponde, no sólo guiarse por la razón sino por la emoción.
2. Según los resultados que determinaron los Insights simbólicos del personal para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos; se evidencio que existe un alto porcentaje de los trabajadores que NO son capaces de identificar símbolos y menos su significado. Asimismo, se justifica que no existen habilidades tanto técnicas como semánticas, que suponen una aplicación del insight en el plano educativo, donde se establece elementos que tienen que ver con una producción simbólica como es la creación de una marca que identifique a su institución y los servicios que brinda dentro de la comunidad.
3. En busca de establecer los Insights culturales del personal para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos. Se muestra que existe un interés relativo respecto a comportamientos sociales, valores, creencias y liderazgo en la institución educativa; que se encuentran ligados a un producto cultural intermedio, obtenido del estudio de la dinámica social. En mayor relevancia se evidencio que dentro de la I.E existe la falta de liderazgo que sea capaz de hacer trabajar como una familia unida en busca de los objetivos y compromisos de la I.E.
4. Se puede concluir que el objetivo general de esta investigación es el proponer el Insight para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos; y de acuerdo a los resultados obtenidos, no son los más óptimos para el desempeño del personal y la mejora de los aprendizajes. Por lo que es necesario aplicar el insight como una herramienta, estrategia, que permita instaurar en la comunicación de las ideas una postura frente a los sentimientos, vivencias, creencias o significados; que a su vez sea un factor determinante para desarrollar estrategias de innovación que genere diferenciadores altos, y

significativas relaciones a largo plazo con experiencias de valor en el mundo competitivo. Además, el "insight" en inglés, lo hemos optado por traducirlo como lo rotula Quiñones (2015), referido a las verdades humanas, que se obtiene mediante las emociones, los significados y la cultura.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. En lo que se refiere a los insights emocionales de los trabajadores de la I.E, se recomienda la búsqueda de la conexión emocional a través de los insight y así se logre un nivel de involucramiento con el aprendizaje, entendiendo que no todo es cuantificable y que existe una conexión emocional con lo racional y que ello a su vez los conlleve a la toma de decisiones y a promover la calidad educativa. Por lo que las futuras investigación deben prestar atención a la parte emocional para así poder mejorar el desempeño de los trabajadores dentro de cualquier organización; ya que el insight es aplicable en todo tipo de empresa.
2. Se propone utilizar o emplear las técnicas proyectivas como estrategia que ayude a reconocer, relacionar y encontrar insights simbólicos que puedan ser transformados en estrategias que aborden en la planificación de las actividades y solución de los conflictos del personal que labora en las Instituciones Educativas. Porque al desarrollarse este factor redundará en la mejora del clima organizacional, la calidad de la enseñanza, en la organización de las instituciones educativas y en el prestigio de las I.E como una marca de calidad de servicio educativo, en beneficio de los estudiantes del distrito y de la región piurana.
3. Para el estudio de los insight culturales se sugiere que continúe con los estudios etnográficos desarrollando diferentes test o estrategias, que ayude a reconocer los insights culturales ligados a su comportamiento social, valores, creencias y liderazgo, que incidan en el fortalecimiento de los mismos y así ayuden al desarrollo de las actividades en forma coordinada, ordenada y siguiendo un mismo objetivo guiado por un auténtico líder que guie a su personal a promover la calidad educativa.
4. Por último; del objetivo general, de proponer el insight en la educación se recomienda a los futuros intelectuales, seguir la misma línea de esta investigación, que conlleve y permita conocer, buscando incentivar el pensamiento innovador, científico en el personal de la I.E en beneficio de los aprendizajes y de los educandos. Se recomienda a los nuevos investigadores el ahondar en un análisis más profundo acerca del uso del insight en el campo educativo que ayude en el proceso de aprendizaje, mediante el estudio de emociones, pensamientos y sentimientos y se realice un estudio cualitativo que conlleve a darle una jerarquía a cada uno de ellos, esto ayudará reformular y crear los cimientos innovadores que promuevan la calidad educativa y que a su vez sirva para dar una noción más clara a la comunidad que usa estos servicios.

## **VII. PROPUESTA**

### **7.1. Introducción**

La institución educativa “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos- 2019; es una empresa de servicio educativo que está dentro del aparato estatal Peruano. Dependiente del órgano rector que es el Ministerio de Educación. En este contexto; es necesario tener una visualización de todos los procesos y políticas de la educación.

Actualmente; en la institución educativa se puede detectar que, en las distintas áreas, los colaboradores no cuentan con insight emocionales, simbólicos y culturales, dicha ausencia se debe a que no cuentan con mecanismos que promuevan la calidad educativa.

Se evidencia que en este servicio educativo no se involucra la parte emocional de los individuos en el desarrollo de sus actividades y/o funciones que permita desarrollarse de manera eficiente en beneficio de la comunidad educativa.

Por tal motivo, se ha hecho imperioso realizar una propuesta que permita que el insight promueva la calidad educativa en la I.E “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos-2019. Y mediante sus estrategias ayude a un cambio en el ámbito educativo, en beneficio de todos los agentes educativos.

### **7.2. Objetivos de la propuesta**

#### **7.2.1. Objetivo general**

Proponer el insight para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos 2019.

### **7.3. Justificación**

La razón de diseñar las estrategias del insight para promover la calidad educativa de la I.E “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos. Va permitir conectar a los actores educativos con el servicio, ya que lo primero es ahondar en sus emociones, sentimiento y significados de ellas. Esto implica aplicar estrategias basadas en personas y alinear los procesos organizacionales, metodologías y productos a este entendimiento humano.

“Buscando el Pensamiento Innovador”, es una estrategia que busca que se cree que la base del éxito de la I.E está en la capacidad de entender a su personal en sus valores, necesidades y expectativas más profundas y traducirlas en estrategias que permita atravesar la vía racional y llegar a la vía emocional; ya que los insights son la

fuerza primordial de la estrategia. Es una estrategia que ha inspirado en aplicar técnicas no tradicionales de investigación aplicada a la comprensión del comportamiento, por lo que su importancia es generar estas estrategias mediante Insights Activation que consistirá en Talleres Creativos generadores de insights con consumidores, influenciadores o compradores quienes participan activamente en una serie de ejercicios o técnicas de insights que fomentan el pensamiento creativo, lateral, simbólico y emocional.

En la estrategia de “Mejorar la autoestima o valoración personal dentro de la IE”; se utilizará una metodología en Insights en el cual su mejor herramienta es la forma de Sentir, Pensar y Hacer. Se trata de un taller activo donde los participantes co-crean con los insights. Por lo cual la importancia será en desarrollar un juego de técnicas proyectivas, facilitadoras y etnográficas que permitan comprender el consumo en sentido holístico-integral que promueva la calidad educativa.

#### 7.4. Estrategias

##### 7.4.1. Estrategia 1:

“Buscando el Pensamiento Innovador”

##### a) Descripción de la estrategia

Mediante esta estrategia se busca que el pensamiento innovador sea la base para la solución de múltiples problemas dentro de la I.E y que incida en la calidad de los aprendizajes y el desarrollo cognitivo del personal. Se pretende buscar innovaciones creativas aplicadas dentro de la I.E; a su vez se desarrolle la capacidad de cada agente educativo que fomente el cambio con ideas frescas y humanas, desarrollando su creatividad.

##### b) Tácticas

- Realizar breakthrough thinking que consiste en un programa de 10 pasos que ayudará a energizar a su equipo y permitir que fluya su creatividad.

##### c) Programa estratégico

- Paso 1: comprender el tipo de creatividad que estás buscando; mediante la creatividad artística que produce nuevas expresiones culturales: pintura, música, poesía, teatro, incluso comida o estilos de moda; y la creatividad con ideas verdaderamente inventivas, como diseñar una línea de productos



radicalmente nueva o convertir a la organización en un negocio totalmente nuevo.

- Paso 2: Crear un entorno físico de apoyo, mediante la creatividad visual carteles, plantas, decoraciones, arte.
- Paso 3: Crea el ambiente emocional apropiado; Sin un MAP (Motivation - Abilities - Practice). Motivación: sin la motivación para hacerlo, es poco probable que una persona complete un acto creativo, Unas habilidades: sin las habilidades necesarias para realizar el acto creativo y • Practica- sin la práctica, no se ha desarrollado la capacidad de generar nuevas y útiles respuestas a los problemas y retos.
- Paso 4: Fomentar la espontaneidad, planificación fuera de la oficina.
- Paso 5: crear oportunidades para compartir conocimientos
- Paso 6: Usa herramientas para mejorar la creatividad, Lluvia de ideas en la mesa redonda, Brainwriting: esta es una forma tranquila y ordenada de lluvia de ideas, en la que cada participante tiene una pila de "notas adhesivas" y un bolígrafo. Cuando se anuncia el tema, cada persona escribe una idea en una nota adhesiva y la pone a un lado, luego pasa a la siguiente nota adhesiva, capturando tantas ideas como pueda en el tiempo asignado; Mapeo mental
- Paso 7: reconocer los bloques de creatividad y tratarlos.
- Paso 8: hacer que el trabajo sea divertido, se deduce que, si puede mantener a su equipo riendo y disfrutando del entorno, la etapa mental está preparada correctamente para nuevas ideas.
- Paso 9: reconocer buenas ideas cuando las escuchas; poder reconocer instantáneamente qué ideas tienen potencial.
- Paso 10 — Recompense las buenas ideas — Muy cuidadosamente; es muy importante que los miembros de su equipo sepan que sus ideas son apreciadas. Solo tenga cuidado al establecer un sistema de recompensa que podría terminar destruyendo el entorno innovador de flujo libre que está trabajando tan arduamente para crear.

**d) Responsable**

- Consultora especializada en Consumer Insights & Planning Education.

e) Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	ENERO				FEBRERO				MARZO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Paso 1: comprender el tipo de creatividad que estás buscando	■				■											
Paso 2: Crear un entorno físico de apoyo, mediante la creatividad visual carteles, plantas, decoraciones, arte.	■				■											
Paso 3: Crea el ambiente emocional apropiado		■			■											
Paso 4: Fomentar la espontaneidad		■			■											
Paso 5: crear oportunidades para compartir conocimientos			■		■											
Paso 6: Usa herramientas para mejorar la creatividad			■		■											
Paso 7: reconocer los bloques de creatividad y tratarlos.			■		■											
Paso 8: Hacer que el trabajo sea divertido				■	■											
Paso 9: reconocer buenas ideas cuando las escuchas				■	■											
Paso 10 Recompense las buenas ideas				■	■											

f) Presupuesto

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	C.U	COSTO TOTAL
Paso 1: comprender el tipo de creatividad que estás buscando	2	S/ 250.00	S/500.00
Paso 2: Crear un entorno físico de apoyo, mediante la creatividad visual carteles, plantas, decoraciones, arte.	2	S/250.00	S/500.00
Paso 3: Crea el ambiente emocional apropiado	2	S/250.00	S/500.00
Paso 4: Fomentar la espontaneidad	2	S/150.00	S/300.00
Paso 5: Crear oportunidades para compartir conocimientos	2	S/250.00	S/500.00
Paso 6: Usa herramientas para mejorar la creatividad	2	S/250.00	S/500.00
Paso 7: Reconocer los bloques de creatividad y tratarlos.	2	S/100.00	S/200.00
Paso 8: Hacer que el trabajo sea divertido	2	S/100.00	S/200.00
Paso 9: reconocer buenas ideas cuando las escuchas	2	S/200.00	S/400.00
Paso 10 Recompense las buenas ideas	2	S/200.00	S/400.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/2,000.00</b>	<b>S/4,000.00</b>

**g) Viabilidad**

Las estrategias de marketing como el insight y sus diferentes aplicaciones permiten las aplicaciones de nuevas ideas, conceptos. Esta propuesta es viable porque el ente rector Minedu si cuenta con los recursos suficientes para aplicar esta nueva estrategia de escuelas insight. También es viable porque los recursos en cuanto a infraestructura y personal se encuentran disponibles

**h) Mecanismos de Control.**

Los indicadores que medirán el resultado de esta estrategia son:

- Nuevas estrategias pedagógicas
- Nuevas actividades para mejorar la labor administrativas
- Nuevos conocimientos puestos al servicio de los alumnos
- Modernos documentos de gestión.

**7.4.2. Estrategia 2:**

**“Mejorar la autoestima o valoración personal dentro de la IE”.**

**a) Descripción de la estrategia**

Con esta estrategia se pretende fortalecer la autoestima personal de cada trabajador que labora en la I.E, con la finalidad de mejorar mediante el fortalecimiento y descubrimiento de sus cualidades y valores; debido a que muchas veces no se siente seguro de expresar o no sabe que posee ciertas habilidades o cualidades únicas. Por lo tanto, mediante los mecanismos del *Consumer Insight* cada agente educativo confiará en sus posibilidades personales que tiene en su autoestima para sentirse seguro, logrando adquirir habilidades sociales y personales ante las constantes frustraciones que se evidencian en el desarrollo de sus actividades y/o funciones.

**b) Tácticas**

- Realizar *El Consumer Insight*

**c) Programa estratégico:**

Realizamos el Consumer Insight que sirve para descubrir las **Verdades Desnudas del Personal** que revelan o descubren algo que no sabemos y que permitirá **conectar personas con marcas** (*necesidades, emociones, percepciones, hábitos*).

Descubriremos insight:

- Explorando **el decir del consumidor** a través de técnicas facilitadoras para fomentar el pensamiento creativo.



- Explorando **el sentir del consumidor** a través de técnicas proyectivas que hacen emerger el “lado emocional” del consumo.



- Explorando **el actuar del consumidor** a través de técnicas etnográficas que nos permiten ahondar en el contexto y entorno del consumidor.



## ***1. El decir del consumidor***

### ***Técnicas Facilitadoras***

Se trata de conocimientos basados en el decir del consumidor (expresión, ideas, conceptos, creencias en torno al consumo). A través de juegos de palabras, asociación de ideas, brainstorming, collage de imágenes y otras tareas creativas, el consumidor es ayudado en su proceso de enunciar el porqué de su consumo (su decisión) y la relación estrecha que tiene (o no tiene).

## ***2. El sentir del consumidor***

### ***Técnicas Proyectivas***

Son técnicas fundadas en el sentir del consumidor (sentimientos y emociones profundas que despierta y suscita el consumo). Mediante técnicas basadas en la psicología clínica relativa a conflictos emocionales como el TAT (El Test de Apercepción Temática), Test de Szondi, Psycho-drawing, Frases/Historias incompletas, etc. se logran obtener profundas expresiones emocionales que subyacen el consumo que a menudo son “constreñidas” por el uso de la razón y el imperio de la lógica.

### 3. *El actuar del consumidor.*

#### *Técnicas Etnográficas*

Se trata de técnicas fundamentadas en el **hacer** (la acción de compra y consumo). El consumidor es observado en su contexto natural y hábitat para observar “*in situ*” el **comportamiento cotidiano, las dinámicas y rituales del consumo**. Se basan en el fundamento que el consumidor suele decir una cosa y hacer otra, entonces es necesario acudir a la observación y no sólo a la declaración. Entre estas técnicas se aplican el “Acompañamiento”, “One day in the life”, “Observación Participante”, “In Home Visit”, “Shopper Trips”, entre otras.

#### d) **Responsable**

- Consultora especializada en Consumer Insights & Planning Education.

#### e) **Cronograma de actividades**

ACTIVIDADES	FEBRERO				MARZO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>El decir del consumidor (Técnicas Facilitadoras)</b>												
- Juegos de palabras												
- Asociación de ideas												
- Collage de imágenes												
- Brainstorming (lluvia de ideas)												
<b>El sentir del consumidor (Técnicas Proyectivas)</b>												
- TAT (El Test de Apercepción Temática)												
- Test de Szondi												
- Psycho-drawing												
- Frases/Historias incompletas												
<b>El actuar del consumidor (Técnicas Etnográficas)</b>												
- El “Acompañamiento”												
- “One day in the life”												
- “Observación Participante”												
- “Shopper Trips”												
- “In Home Visit”												

f) Presupuesto.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	C.U	COSTO
<b>El decir del consumidor (Técnicas Facilitadoras)</b>			<b>S/ 720.00</b>
-Juegos de palabras	2	100	S/ 200.00
- Asociación de ideas	2	100	S/ 200.00
- Collage de imágenes	2	80	S/ 160.00
- Brainstorming (lluvia de ideas)	2	80	S/ 160.00
<b>El sentir del consumidor (Técnicas Proyectivas)</b>			<b>S/ 1,200.00</b>
- TAT (El Test de Apercepción Temática)	2	200	S/ 400.00
- Test de Szondi	2	150	S/ 300.00
- Psyc-drawing	2	150	S/ 300.00
- Frases/Historias incompletas	2	100	S/ 200.00
<b>El actuar del consumidor (Técnicas Etnográficas)</b>			<b>S/ 1,420.00</b>
- El “Acompañamiento”	2	120	S/ 240.00
- “One Day In The Life”	2	150	S/ 300.00
-“Observación Participante”	2	110	S/ 220.00
- “Shopper Trips”	2	150	S/ 300.00
- “In Home Visit”	2	180	S/ 360.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 3,340.00</b>

g) Viabilidad

Las estrategias de marketing como el insight y sus diferentes aplicaciones permiten descubrir los sentimientos, emociones pensamientos de las personas. Esta propuesta es viable porque el ente rector Minedu si cuenta con los recursos suficientes para aplicar esta nueva estrategia de escuelas insight. También es viable porque los recursos en cuanto a infraestructura y personal se encuentran disponibles.

h) Mecanismos de Control.

Los indicadores que medirán el resultado de esta estrategia son:

- Encuestas cualitativas
- Personal con actitud proactiva para mejorar la labor administrativa
- Nuevas aptitudes en los puestos al servicio de los alumnos
- Mejor clima organizacional.

## Análisis de Costo- Efectividad

La efectividad (eficacia) de esta propuesta educativa, sobre del insight para promover la calidad educativa en la I.E “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos; será medida por el nivel de logro obtenido frente a una medida estándar, es decir se obtendrá mediante los indicadores de las estrategias aplicadas a la población educativa.

En la I.E de estudio cuenta con una población estudiantil de 1,130 alumnos según datos del Escala y representa el 14.77% de los alumnos del nivel primaria en colegios públicos del distrito de Catacaos que es de 7,649 alumnos; por lo cual redundará y tendrá un impacto positivo en los distritos vecinos como el distrito de La Arena que cuenta con una población de 5,184 estudiantes en el nivel primaria.

Costo de Efectividad de la aplicación de la estrategia en la I.E:

$$CE = \frac{\text{Total\_inversion\_insight}}{\text{nrodocentesIE}}$$

$$CE = \frac{5,640}{42}$$

$$CE = 134.28$$

El CE es de 134.28 y es factible para su implementación, de esta forma el impacto se verá reflejado en el aumento de los aprendizajes de los alumnos; se espera que los alumnos mejoren sus aprendizajes en 3% y aportar en un mejor resultados de la evaluaciones de la ECE 2018 en donde Piura como provincia aparece con un 39.20% en Comprensión Lectora que es un 0.7% menor a la evaluación anterior y en el área de matemáticas fue de 32.3% que es un 9.8% mayor en comparación a la evaluación anterior.

Teniendo en consideración a las estadísticas el Estado Peruano realiza un gasto promedio en el nivel primaria de S/ 2,046 por alumno, monto que resulta insuficiente si se compara con países de la región y teniendo en cuenta que la economía nacional se mantiene en crecimiento; el MINEDU viene aplicando estrategias que no están teniendo el impacto que se espera; es factible que se proponga esta estrategia y se cree primero pilotos, en las que se implementen el nuevo modelo educativo denominado: “Escuelas con Insight”; con mejoras en el clima organizacional dentro de la I.E que fortalezca el liderazgo y compromiso, para brindar una educación de calidad.

Por lo cual, esta propuesta “Escuelas con Insight”, que busca promover la calidad educativa deberá desarrollar las actividades necesarias que sirvan para mejorar la parte humana del personal relacionada con las emociones, símbolos y cultura; y así se obtendrá como resultado mejoras en la elaboración, modificación de documentos de gestión, en la implementación de estrategias de aprendizajes innovadoras en beneficio de los alumnos de la I.E, por lo cual el Minedu es quien se encargaría de su ejecución, desarrollando estas estrategias en las escuelas piloto en beneficio de la educación,



## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Aldem, L. (2006). *La intuición como instrumento de sanación*. México: Sirio.
- Álvarez, Á. (2012). *La magia de planner*. Madrid: Esic.
- Arias, C. (2018). *Desempeño docente, calidad educativa y comprensión lectora en estudiantes de primaria de la institución educativa 20188*. (Tesis Doctoral). Universidad Cesar Vallejo. Lima.
- Argandoña, K. (2016). *Insight y la decisión de compra del consumidor para productos de consumo de primera necesidad en los supermercados del Distrito de Huánuco- 2016*. (Tesis Licenciado). Universidad de Huánuco- Huánuco. Perú.
- Ayestarán Crespo, R., Rangel Pérez, C., & Sebastián Morillas, A. (2012). *Planificación estratégica y gestión de la publicidad*. Madrid: ESIC.
- Ayestarán, R., Rangel, C., & Sebastián, A. (2012). *Planificación estratégica y gestión de la publicidad*. Madrid: ESIC.
- Bardales, A., Herrera, L. (2016). *Propuesta de Modelo de gestión basado en el marketing experiencial para la generación de Brand Equity en el contexto peruano*. (Tesis Licenciados). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.
- Bermejo, M. (1996). *El insight en la solución de problemas, cómo funciona en los superdotados*. (Tesis Doctoral). Universidad de Murcia. España.
- Bernal, C. (2015). *Metodología de la investigación Administración, Economía, Humanidades y ciencias sociales*. Científica: Cuantitativa, cualitativa y Mixta (3ªed). Perú: Editorial Pearson.
- Blanco, C. (2011). *Evaluación de la calidad en la educación inicial: una experiencia en centros educativos urbanos*. (Tesis de maestría). Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Venezuela
- Bonilla y Laura. (2013). *Insight del consumidor como medio publicitario efectivo- 2013*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Javeriana de Colombia.
- Casassus, J. y Arancibia, V. (1997). *Claves para una educación de calidad*. Buenos Aires: Kapelusz.

- Carrillo, N (1999). *El insight creativo*. (Tesis Doctoral). Universidad de Murcia. España.
- Cosmelli, D., & Palma, B. (2008). *Aportes de la Psicología y las Neurociencias al concepto del insight: la necesidad de un marco integrativo de estudio y desarrollo*. Revista Chilena de Neuropsicología, 3 (2), pp.14-27.
- Chiavenato.(2003). *Administración de Recursos Humanos*.5ª ed.México: McGrawHill Interamericana.
- Chiavenato,I.(2003). *Gestión del Talento Humano*. 2ª ed.Colombia: McGrawHill Interamericana.
- Chiavenato,I.(2007). *Administración de Recursos Humanos*. 8ª ed.méxico: McGrawHill Interamericana.
- Chuque, M. (2016). *Calidad de servicios educativos según los padres de familia y el logro de aprendizajes en niños del Jardín de Aplicación del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Emilia Barcia Boniffatti”*. 2012. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima.
- Deming, W. Edwards. ,*Calidad, productividad y competitividad:La salida de la crisis, 1989* Pág. 378-380, Ediciones Díaz de Santos, Madrid, España.
- Diario Gestión. (18 de Agosto de 2016). *Educación superior: ¿Cuánto afecta la regulación?* Obtenido de <http://gestion.pe>
- Díaz Paniagua, E., & León Sánchez, M. (2013). *Recursos Humanos y dirección de equipos en restauración*. España.
- Dulanto,C. (2013). *El cerebro publicitario*. Lima: Planeta Perú.
- Dulanto,C. (2010). *El Insight en el Divan . Una radiografía a la publicidad*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- García, S (2013). *Insight in first episode psychosis role of time and cognitive reserve*. (Tesis Doctorado). Universidad de Deusto España.
- García Madruga, J., & al, e. (2010). *Psicología del desarrollo I*. Madris.
- Garrido, S.(2017). *Mediación insight: un modelo reflexivo y pedagógico para abordar los conflictos*. Revista de Mediación,10 (2).30.

- Gonzales, I. (2011). *El Insight como recurso creativo publicitario - 2011*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Cali de Colombia.
- González, S. (2011). *Insight como recurso creativo publicitario*. (Tesis de Grado). Universidad Autónoma de Occidente. Colombia.
- Heredia, B. (2015) *Insights de las mujeres en la elección de una lovermark de productos de maquillaje, Piura 2015*. (Tesis Licenciado). Universidad César Vallejo. Piura.
- Hernández R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos, Baptista Lucio, Pilar (2014) *Metodología de la Investigación*, . 5 Ed. - Editorial: Mc Graw Hill. Pág. 144-152.
- Isaka , J (2009). *Alguien me puede decir ¿Qué Diablos es un Insight?*. En Slideshare. Recuperado de <http://www.slideshare.net/juanizada/alguien-me-puede-decir-que-diablos-es-un-insight>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. (14°ed.). México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armtrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- López, D. (2016). *Plan estratégico de liderazgo transformacional para mejorar la calidad de la gestión educativa en la I.E. N° 14682 Portachuelo, Distrito Chalaco, Provincia Morropón, departamento Piura, Año 2014*. (Tesis de Grado de Maestro). Universidad Pedro Ruiz Gallo. Piura.
- Lonergan, B. (2004). *Insight. Estudio sobre la comprensión humana* (2da ed.). Salamanca, Editorial Sígueme-UIA, 1999, 950 pp.
- López Vásquez, B. (2007). *Publicidad Emocional*. Madrid: Esic.
- Ley N° 28740. *Diario Oficial el Peruano*, Lima, Perú, 23 de mayo de 2006.
- Madrid S. (2017) *Especial enfoque Insight Parte I, Revista de mediación, ADR Análisis y Resolución de Conflictos*, 10 (2).27.

- Martinic, S., Sebastián, C., Cortes, F., Salinas, V., Larraín, T. (2008). *Estrategia de comunicación y análisis de resultados Simce para la acción. En: PUC, Camino al Bicentenario: propuestas para Chile*. Santiago de Chile, Vicerrectoría de Comunicaciones, pp. 19-46.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (5ta ed.). México: Pearson.
- Ministerio de Educación y Ciencia (1994). *Centros educativos y calidad de la enseñanza*. Madrid: Centros de Publicaciones del MEC.
- Nizama.(2015) *Insights emocionales asociados a la decisión de compra de productos cosméticos para varones. Piura. 2015*. (Tesis Licenciado) .Universidad César Vallejo. Piura.
- Ruiz, F. (2010). *Temas de investigación comercial*. (5° ed.). San Vicente, Alicante: Club Universitario.
- Morales, D. (2013). *Los insights y la publicidad emocional del Banco de Crédito del Perú - 2013*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Trujillo.Trujillo.
- Ochoa, M. (2013). *Publicidad Emocional: Proceso y Componentes*. (Tesis de Licenciada en Comunicación Publicitaria). Universidad San Francisco de Quito. Ecuador.
- OREALC/UNESCO Santiago (2008). *Educación de calidad para todos: un asunto de derechos humanos. Documento de discusión sobre políticas educativas en el marco de la II Reunión Intergubernamental del Proyecto Regional de Educación para América Latina y el Caribe (EPT/PRELAC)*. Santiago de Chile, OREALC/UNESCO.
- OREALC/UNESCO Santiago (2008). *Situación educativa de América Latina y el Caribe: garantizando la educación de calidad para todos. Informe regional de revisión y evaluación del progreso de América Latina y el Caribe hacia la Educación para Todos en el marco del Proyecto Regional de Educación (EPT/PRELAC)*. Santiago de Chile, OREALC/UNESCO Santiago.
- Ortega, J. G. (2010) *Calidad Total en educación. Material mimeografiado*. Universidad de Carabobo.
- Philip, K., & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing*. México: Pearson.

- Pintado Blanco, T., & Sanchez Herrera, J. (2014). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica*. Madrid: ESIC.
- Polizzi Rivetto, P. (09 de 07 de 2009). *El vinculo: esencia de consumo*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/ppolizzi/el-vnculo-esencia-del-consumo>
- Querol, M. P. (2010). *Emociones y Sentimientos. Dónde se forman se trasforman*. España: Marge Books.
- Quiñones, C. (2015). *Desnudando la mente del consumidor*. Lima: Planeta Perú.
- Ramirez, C & Valdiviezo, S (2002). *El insight en psicoanálisis y sus dimensiones*. *Revistachilena de neuropsiquiatría*, 40(4), pp. 371-380.
- Rivera, J., Arellano, R., & Molero, V. (2013). *Conducta del consumidor: Estrategias y políticas aplicadas al marketing*. Madrid: Esic.
- Sander, B(2009) *Gestion educativa y calidad de vida* , Editorial Granica. Buenos Aires.
- Schmelkes, Silvia (1997). *Documento 3. Programa Evaluación de la Calidad de la Educación*. Cumbre Iberoamericana.
- Serrano, A. (2016). *Consultoría sobre la calidad y eficiencia que los estudiantes de pregrado perciben de los servicios administrativos y académicos*. (Tesis de Maestría). El Salvador.
- Silva, O. (2017). *Impacto del uso de insights como base de la estrategia de marca de Pilsen Callao en el comportamiento de compra de universitarios varones de Trujillo – Perú*. (Tesis Licenciado).Universidad Privada del Norte.Trujillo. Perú.
- Solana, F. (Ed.). (2002). *¿Qué significa calidad en la educación?*. México, D.F.: Fondo Mexicano para la Educación y el Desarrollo / Limusa.
- Sosa, R. (2014).*Factores que favorecen la calidad Educativa en el Bachillerato Universitario*. (Tesis de Maestría). Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México.
- Shiffman, L. G., & Kanuk, L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson Educación.

SINEACE. (2017). *Sineace invoca a institutos y universidades formar a los profesionales que necesita su región.*

Tizón y otros (1980). *La calificación del insight en la práctica clínica psicodinámicamente orientada, una investigación clínica.* (Anuario N° 23) Universidad Autónoma de Barcelona. España.

UNESCO (2007). *Informe de seguimiento de la Educación para Todos en el mundo. El imperativo de la calidad.* UNESCO:París.

zaltman, G (2003). *How Customers Think : essential Insights into the Mind of the Market Bostin* : Harvard Business Schoolpress.

# **ANEXOS**

**“Insight del Personal para promover la Calidad Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019”**

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General:</b></p> <p>¿De qué manera el Insight del personal promueve la Calidad Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Proponer el Insight para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019</p>	<p><b>Variable Independiente</b></p> <p><b>INSIGHT</b></p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emocionales</li> <li>• Simbólicos</li> <li>• Culturales</li> </ul>	<p><b>Tipo Estudio</b></p> <p><b>Por su finalidad:</b></p> <p>Aplicada</p> <p><b>Por su Nivel:</b></p> <p>Descriptiva</p> <p><b>Por tu temporalidad:</b></p> <p>Transversal</p> <p><b>Enfoque:</b></p> <p>Mixto (Cuantitativo y Cualitativo)</p>
<p><b>Problemas Específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué manera los Insight emocionales del personal promueven la Calidad Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019?</li> <li>• ¿De qué manera los Insight simbólicos del personal promueven la Calidad Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019?</li> <li>• ¿De qué manera los Insight culturales del personal promueven la Calidad Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019?</li> </ul>	<p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar los Insights emocionales del personal para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019.</li> <li>• Determinar los Insights simbólicos del personal para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019.</li> <li>• Establecer los Insights culturales del personal para promover la calidad educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019.</li> </ul>	<p><b>Variable Dependiente</b></p> <p><b>CALIDAD EDUCATIVA</b></p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Equidad</li> <li>• Relevancia</li> <li>• Pertinencia</li> <li>• Eficacia</li> <li>• Eficiencia</li> </ul>	<p><b>Diseño de la Investigación</b></p> <p>No experimental transeccional</p> <p><b>Población</b></p> <p>Personal administrativo y personal docente de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos– 2019</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>42 personas de la I.E “Virgen del Carmen” - 2019.</p>



**CUESTIONARIO: A TRABAJADORES DE LA I.E “VIRGEN DEL CARMEN”**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

N° \_\_\_\_\_

**Encuesta a Trabajadores**

Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta, por lo que se le agradece complete todo el cuestionario el cual tiene un carácter confidencial.

Este cuestionario está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la investigación "Insight del Personal para promover la Calidad Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019”. Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación. Muchas gracias.

Escala de medición consta:

**(5) SIEMPRE - (4) CASI SIEMPRE - (3) A VECES - (2) CASI NUNCA - (1) NUNCA**

**DATOS ESPECÍFICOS**

VARIABLES	DIMENSIONES / INDICADORES		ÍTEMS	SIEMPRE (05)	CASI SIEMPRE (04)	A VECES (03)	CASI NUNCA (02)	NUNCA (01)
<b>INSIGHT</b>	<b>Emocionales</b>	<b>Satisfacción</b>	Me siento seguro y estable en mi empleo					
			Me siento con ánimo y energía para realizar adecuadamente mi trabajo en la I. E					
		<b>Motivación</b>	La I.E, me proporciona oportunidades de crecimiento económico y profesional					
			El reconocimiento que se me tiene en la I.E, es el adecuado a la función que desempeño					
	<b>Simbólicos</b>	<b>Símbolos</b>	El personal reconoce los símbolos que se utilizan en la I. E					
			Los símbolos de la I.E son reconocidos por el personal Educativo					
		<b>Significados</b>	Se siente orgulloso de la I.E “Virgen del Carmen”					
			En la I.E” Virgen del Carmen” se promueve la comunicación clara y concisa					
		<b>Percepciones</b>	La I.E, da solución a tus problemas y conflictos en el plazo adecuado					
			Se ejecuta la Planificación de actividades y proyectos en la I. E					
	<b>Culturales</b>	<b>Creencias</b>	La I.E se preocupa por mejorar el servicio educativo					
			En la I.E existe pluriculturalidad, entonces esta ayuda en el desarrollo de las actividades educativas					

**CALIDAD EDUCATIVA**

		<b>Liderazgo</b>	El trabajo en equipo influye en el logro de los objetivos de la I. E						
			Existen procesos de motivación que ayuden a lograr objetivos organizacionales						
		<b>Comportamientos Sociales</b>	La I.E lo impulsa a trabajar de acuerdo a las normas del servicio educativo						
			Existe tolerancia entre los grupos que conforman el personal de la I.E						
		<b>Valores</b>	Reconoce algún valor que se aplica diariamente en la I.E "Virgen del Carmen"						
			Los valores de la I.E son reconocidos por el personal de la I.E						
<b>CALIDAD EDUCATIVA</b>	<b>Equidad</b>	<b>Inclusión Educativa</b>	El personal docente se preocupa por el nivel de aprendizaje de todos sus alumnos de la I.E						
			El personal administrativo cumple con los trámites y documentos necesarios para concluir con los procesos educativos en la I.E						
			Los recursos didácticos y materiales se ajustan a las necesidades del personal						
		<b>Acceso y permanencia</b>	El personal de la I.E se interesa por evitar que exista la deserción escolar dentro de la institución						
			Se realizan encuestas para identificar la necesidad de la población del servicio educativo						
		<b>Relevancia</b>	<b>Capacidad de comunicarse en forma oral y escrita</b>	El personal está informado de todos los acontecimientos importantes de la I.E "Virgen del Carmen"					
	La retroalimentación en la comunicación es considerada relevante para la institución								
	<b>Capacidad de análisis y síntesis de información</b>		¿La institución basa el desarrollo del currículo y en las competencias instrumentales y sistémicas?						
			Se promueven concursos internos para medir la capacidad de análisis y síntesis						
	<b>Capacidad de solucionar problemas</b>		Se reconoce una mayor participación del personal de la I.E en la solución de problemas académicos y de la vida diaria						
			Se desarrolla la habilidad en valores para generar nuevas ideas y soluciones a situaciones repetitivas						
	<b>Pertinencia</b>	<b>Flexibilidad</b>	Se adaptan a los cambios tecnológicos y/o programas educativos						
Se integra el programa formativo de asesorías y de la diversidad cultural y religiosa									

		Se adaptan al contexto cultural de la I.E					
		Se promueve la calidad educativa en la I.E “Virgen del Carmen”					
Eficacia	Metas educativas alcanzadas.	El personal docente es el protagonista en el proceso de mejora de aprendizajes					
		El personal de la I.E sobresale en concursos académicos					
		El personal de la I.E sobresale en ferias escolares					
		El nivel de aprendizaje de los educandos es el esperado					
	Diferencias sociales	Todo el personal de la I.E se preocupa por atender a sus alumnos sin discriminar a nadie					
		Se presta ayuda oportuna cuando algún personal de la I.E lo necesita					
		La I.E promueve una planificación de acuerdo a su comunidad y necesidades sociales					
	Distribución de oportunidades	Los docentes y directivos dan oportunidad de participación a los estudiantes					
		El personal de la I.E puede opinar libremente para mejorar la Institución Educativa					
		Los docentes y directivos dan oportunidad para mejorar el nivel educativo					
Eficiencia	Relación entre los objetivos y aprendizajes	Se aplica encuestas al personal para identificar los requerimientos que necesitan mayor cobertura educativa					
		Se realizan estudios de mercado para evaluar la cobertura que presenta la I.E con la comunidad					
		Los docentes les informan a los padres de familia sobre los logros alcanzados en el proceso enseñanza- aprendizaje					
	Distribución de los recursos	La I.E distribuye de manera oportuna el material didáctico y otros materiales que ayuden en su labor educativa					
		Se utilizan adecuadamente los espacios educativos en mejora del aprendizaje					
		La I.E establece una ruta de prioridades en cuanto a necesidades de infraestructura (corto, mediano y largo plazo)					
	Niveles de logro	El personal retroalimenta las diversas actividades (evaluaciones y trabajos) e inquietudes con prontitud al usuario					
		La institución educativa muestra interés en el personal y los toma en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos					
		El personal de la I.E promueve la apertura a la escucha y al dialogo hacia los clientes					

**Anexo N°3**
**Informe de Resultados de cuestionario**
**Tabla 9. Tabla de los Indicadores de la variable Insight de la Dimensión emocionales:**

		<b>Satisfacción</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	7,1	7,1	7,1
	Casi Nunca	33	78,6	78,6	85,7
	A Veces	4	9,5	9,5	95,2
	Casi Siempre	2	4,8	4,8	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

Se puede observar que en la tabla 09, referente a los indicadores de la dimensión emocionales; existe un 78.6% de los encuestados "casi nunca" que no presentan satisfacción, mientras que un 4.8% "casi siempre" muestran satisfacción. Entendiendo estos resultados como una falta del estado emocional que refleja el personal de la I.E como respuesta afectiva de sus funciones o actividades que realizan.

**Tabla 10. Tabla de los Indicadores de la variable Insight de la Dimensión emocionales:**

		<b>Motivación</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	26,2	26,2	26,2
	Casi Nunca	22	52,4	52,4	78,6
	A Veces	7	16,7	16,7	95,2
	Casi Siempre	2	4,8	4,8	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla 10 de los indicadores de la variable insight de la dimensión emocionales el 52.4% de los trabajadores de la I.E "casi nunca" presentan la motivación mientras un 16.7% de "a veces" presentan la motivación. Estos resultados evidencian la carencia y falta de impulso

institucional, que permita la motivación intrínseca y extrínseca que ayuden a promover la calidad educativa.

**Tabla 11. Tabla de los Indicadores de la variable Insight de la Dimensión Simbólicos:**

		<b>Símbolos</b>		Porcentaje	Porcentaje
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Nunca	4	9,5	9,5	9,5
	Casi Nunca	30	71,4	71,4	81,0
	A Veces	8	19,0	19,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla 11 de los indicadores de la variable insight de la dimensión emocionales el 71.4% de los trabajadores de la I.E “casi nunca” presentan símbolos mientras un 19.0 % de “a veces” presentan los símbolos. Por lo cual queda claro que el personal de la I.E no demuestra insight simbólicos, ni el reconocimiento de los mismos que ayuden a ser interpretados para promover la calidad educativa.

**Tabla 12. Tabla de los Indicadores de la variable Insight de la Dimensión Simbólicos:**

		<b>Significados</b>		Porcentaje	Porcentaje
		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Nunca	10	23,8	23,8	23,8
	Casi Nunca	24	57,1	57,1	81,0
	A Veces	8	19,0	19,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

Se puede visualizar que en la tabla 12 los trabajadores de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos con un 57.1 % presentan “casi nunca” significados mientras que un 19.0 % de los encuestados “a veces” presentan significados. Dando lugar a que el personal evidencie la falta de significados en el desarrollo de sus funciones o actividades que realiza en la comunidad educativa.

**Tabla 13. Tabla de los Indicadores de la variable Insight de la Dimensión**

**Simbólicos:**

**Percepciones**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	19,0	19,0	19,0
	Casi Nunca	22	52,4	52,4	71,4
	A Veces	8	19,0	19,0	90,5
	Casi Siempre	2	4,8	4,8	95,2
	Siempre	2	4,8	4,8	100,0
	Total		42	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia.

Como resultados de la dimensión insight simbólicos en la tabla 13, el 52.4% de los trabajadores “casi nunca” presentan este indicador, mientras que un 4.8 % manifiesta que “casi siempre” o “siempre” indican percepciones. Estableciendo que no existen insight simbólicos en el cual las percepciones son un indicador que ayuda a detectar las acciones o actividades que promuevan la calidad educativa.

**Tabla 14. Tabla de los Indicadores de la variable Insight de la Dimensión**

**Culturales:**

**Creencias**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	26	61,9	61,9	61,9
	A Veces	14	33,3	33,3	95,2
	Casi Siempre	2	4,8	4,8	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla 14 muestra los resultados de los indicadores de creencias en donde un 61.9 % “casi nunca” presentan creencias; y un 4.8 % “casi siempre” presenta el mencionado indicador. Concluyendo que el personal de la I.E no se identifica con los insight culturales en el cual influyen en los aprendizajes y actividades que promuevan la calidad educativa.

**Tabla 15. Tabla de los Indicadores de la variable Insight de la Dimensión Culturales:**

**Liderazgo**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	27	64,3	64,3	64,3
	A Veces	9	21,4	21,4	85,7
	Casi Siempre	4	9,5	9,5	95,2
	Siempre	2	4,8	4,8	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador Liderazgo de la variable insight nos muestra que un 64.3 % “casi nunca” demuestran liderazgo en la I.E, evidenciando que no existen habilidades de dirección no logrando el trabajo eficiente. Por otro lado, existe un 4.8% “siempre” demuestra liderazgo; situación que debe reforzarse para el desarrollo y direccionamiento de las funciones y/o actividades institucionales.

**Tabla 16. Tabla de los Indicadores de la variable Insight de la Dimensión Culturales:  
Comportamiento Sociales**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	9	21,4	21,4	21,4
	A Veces	33	78,6	78,6	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador Comportamiento Sociales de la variable insight nos muestra que un 78.6 % “a veces” muestran comportamientos sociales en la I.E. Por otro lado, existe un 21.4% “casi nunca” presentan este indicador.

**Tabla 17. Tabla de los Indicadores de la variable Insight de la Dimensión Culturales:  
Valores**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	36	85,7	85,7	85,7
	A Veces	4	9,5	9,5	95,2
	Casi Siempre	2	4,8	4,8	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador Valores de la variable insight nos muestra la tabla 17, que un 85.7 % “casi nunca” muestran valores en la I.E. Por otro lado, existe un 4.8% a “casi siempre” presentan este indicador. Esto refleja la carencia de los valores, como guía o código de reglas necesarias para la convivencia colectiva de la I.E.

**Tabla 18. Tabla de la dimensión de la variable Calidad Educativa:**

		<b>Equidad</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	20	47,6	47,6	47,6
	A Veces	20	47,6	47,6	95,2
	Casi Siempre	2	4,8	4,8	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador equidad de la variable calidad educativa, la tabla 18 nos muestra que un 47.6 % a veces muestran equidad en la I.E. Por otro lado, existe un 4.8% casi siempre muestra este indicador. Este resultado muestra que no existe equidad en la enseñanza de los conocimientos por parte del personal lo que origina que no exista una adecuada calidad educativa.

**Tabla 19. Tabla de la dimensión de la variable Calidad Educativa:**

		<b>Relevancia</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	26	61,9	61,9	61,9
	A Veces	16	38,1	38,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador relevancia de la variable calidad educativa, la tabla 19 nos muestra que un 61.9 % “casi nunca” muestran relevancia en la I.E. Además, existe un 38.1% de “a veces” que presentan este indicador. Es muy preocupante que el personal no se preocupe por mejorar sus capacidades de comunicación, de solucionar problemas y menos se interesen por su capacidad de análisis y síntesis y esto repercute en la no aplicación correcta de los planes, estrategias, documentos de gestión que sirven como base para la mejor de la calidad educativa dentro de la I.E.



**Tabla 20. Tabla de la dimensión de la variable Calidad Educativa:**

		<b>Pertinencia</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	21	50,0	50,0	50,0
	A Veces	21	50,0	50,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador pertinencia de la variable calidad educativa, la tabla 20 nos muestra que un 61.9 % “casi nunca” muestran pertinencia a la I.E. Por otro lado, existe un 38.1% “a veces” presentan este indicador. Quedando evidenciado que existe una gran mayoría del personal, que no se adapta a los cambios instituciones, ni a los cambios del contexto educativo.

**Tabla 21. Tabla de la dimensión de la variable Calidad Educativa:**

		<b>Eficacia</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	12	28,6	28,6	28,6
	A Veces	30	71,4	71,4	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador eficacia de la variable calidad educativa, la tabla 21 nos muestra que un 28.6 % “casi nunca” muestran eficacia a la I.E. Asimismo, existe un 38.1% “a veces” presentan este indicador.

**Tabla 22. Tabla de la dimensión de la variable Calidad Educativa:**

		<b>Eficiencia</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	13	31,0	31,0	31,0
	A Veces	29	69,0	69,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador eficiencia de la variable calidad educativa, la tabla 22 nos muestra que un 31.0 % “casi nunca” muestran eficiencia a la I.E; y existe un 69.0% “a veces” presentan este indicador.

**Tabla 23. Tabla de los Indicadores de la variable Calidad Educativa de la Dimensión Equidad:**

**Inclusión Educativa**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	12	28,6	28,6	28,6
	A Veces	26	61,9	61,9	90,5
	Casi Siempre	4	9,5	9,5	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador inclusión educativa de la variable calidad educativa, la tabla 23 nos muestra que un 61.9 % a veces muestran inclusión educativa a la I.E. Por otro lado existe un 28.6% que casi nunca presentan este indicador.

**Tabla 24. Tabla de los Indicadores de la variable Calidad Educativa de la Dimensión Equidad:**

**Acceso y Permanencia**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	9,5	9,5	9,5
	Casi Nunca	26	61,9	61,9	71,4
	A Veces	12	28,6	28,6	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador acceso y permanencia de la variable calidad educativa, la tabla 24 nos muestra que un 61.9 % “casi nunca” presentan acceso y permanencia a la I.E. Por otro lado, existe un 28.6% “a veces” presentan este indicador

**Tabla 25. Tabla de los Indicadores de la variable Calidad Educativa de la Dimensión Relevancia:**

**Capacidad de Comunicarse en Forma Oral y Escrita**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	29	69,0	69,0	69,0
	A Veces	9	21,4	21,4	90,5
	Casi Siempre	4	9,5	9,5	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador capacidad de comunicarse en forma oral y escrita de la variable calidad educativa, la tabla 25 nos muestra que un 69.0 % casi nunca muestran capacidad de comunicarse en forma oral y escrita a la I.E. Por otro lado, existe un 9.5% que casi siempre presentan este indicador.

**Tabla 26. Tabla de los Indicadores de la variable Calidad Educativa de la Dimensión Relevancia:**

**Capacidad de Análisis y Síntesis de Información**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	11,9	11,9	11,9
	Casi Nunca	25	59,5	59,5	71,4
	A Veces	8	19,0	19,0	90,5
	Casi Siempre	4	9,5	9,5	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador capacidad de análisis y síntesis de información de la variable calidad educativa, la tabla 26 nos muestra que un 59.0 % casi nunca muestran capacidad de análisis y síntesis de información a la I.E. Por otro lado existe un 19.0% que a veces presentan este indicador.

**Tabla 27. Tabla de los Indicadores de la variable Calidad Educativa de la Dimensión Relevancia:**

**Capacidad de Solucionar Problemas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	31,0	31,0	31,0
	Casi Nunca	17	40,5	40,5	71,4
	A Veces	8	19,0	19,0	90,5
	Casi Siempre	4	9,5	9,5	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador capacidad de solucionar problemas de la variable calidad educativa, la tabla 27 nos muestra que un 40.5 % casi nunca muestran capacidad de solucionar problemas a la I.E. Por otro lado, existe un 19.0% que a veces presentan este indicador.

**Tabla 28. Tabla de los Indicadores de la variable Calidad Educativa de la Dimensión Pertinencia:**

		<b>Flexibilidad</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	21	50,0	50,0	50,0
	A Veces	21	50,0	50,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador pertinencia de la variable calidad educativa, la tabla 28 nos muestra que un 50.0 % casi nunca muestran pertinencia a la I.E. Por otro lado, existe un 50.0% que a veces presentan este indicador.

**Tabla 29. Tabla de los Indicadores de la variable Calidad Educativa de la Dimensión Eficacia:**

		<b>Metas Educativas Alcanzadas</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	4	9,5	9,5	9,5
	A Veces	38	90,5	90,5	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador metas educativas alcanzadas de la variable calidad educativa, la tabla 29 nos muestra que un 90.5 % a veces muestran metas educativas alcanzadas a la I.E. Por otro lado, existe un 9.5% casi nunca presentan este indicador.

**Tabla 30. Tabla de los Indicadores de la variable Calidad Educativa de la Dimensión Eficacia:**

		<b>Diferencias Sociales</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	Casi Nunca	26	61,9	61,9	61,9
	A Veces	16	38,1	38,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador diferencias sociales de la variable calidad educativa, la tabla 30 nos muestra que un 38.1 % a veces muestran diferencias sociales en la I.E. Por otro lado, existe un 61.9% casi nunca presentan este indicador.

**Tabla 31. Tabla de los Indicadores de la variable Calidad Educativa de la Dimensión Eficacia:**

**Distribución de Oportunidades**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	21	50,0	50,0	50,0
	A Veces	21	50,0	50,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador distribución de oportunidades de la variable calidad educativa, la tabla 31 nos muestra que un 50.0 % casi nunca muestran distribución de oportunidades en la I.E. Igualmente, existe un 50.0% casi nunca presentan este indicador.

**Tabla 32. Tabla de los Indicadores de la variable Calidad Educativa de la Dimensión Eficiencia:**

**Relación entre los Objetivos y Aprendizajes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	9,5	9,5	9,5
	Casi Nunca	26	61,9	61,9	71,4
	A Veces	8	19,0	19,0	90,5
	Casi Siempre	4	9,5	9,5	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador relación entre los objetivos y aprendizajes de la variable calidad educativa, la tabla 32 nos muestra que un 61.9 % casi nunca muestran relación entre los objetivos y aprendizajes en la I.E. Por otro lado, existe un 9.5% casi siempre presentan este indicador

**Tabla 33. Tabla de los Indicadores de la variable Calidad Educativa de la Dimensión Eficiencia:**

		<b>Distribución de los Recursos</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	21	50,0	50,0	50,0
	A Veces	21	50,0	50,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador relación entre los objetivos y aprendizajes de la variable calidad educativa, la tabla 33 nos muestra que un 50% casi nunca muestran relación entre los objetivos y aprendizajes en la I.E. Por otro lado, existe un 50% casi siempre presentan este indicador.

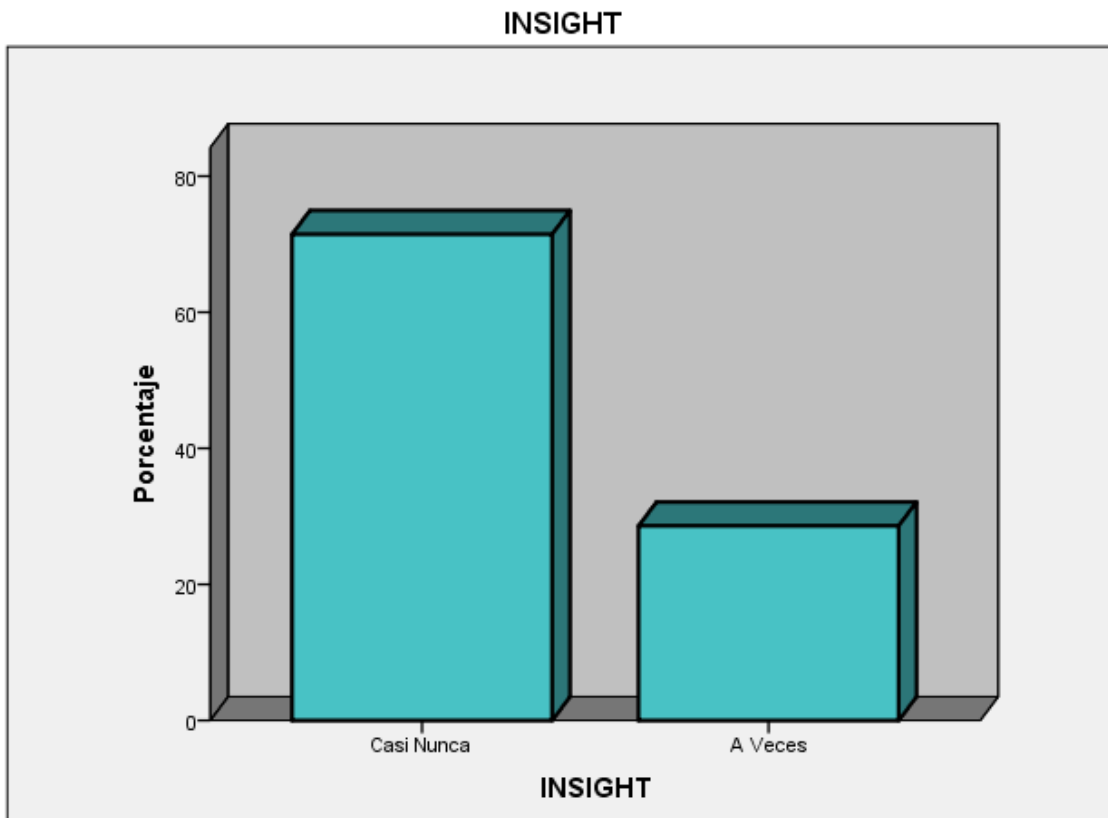
**Tabla 34. Tabla de los Indicadores de la variable Calidad Educativa de la Dimensión Eficiencia:**

		<b>Niveles de Logro</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A Veces	26	61,9	61,9	61,9
	Casi Siempre	16	38,1	38,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

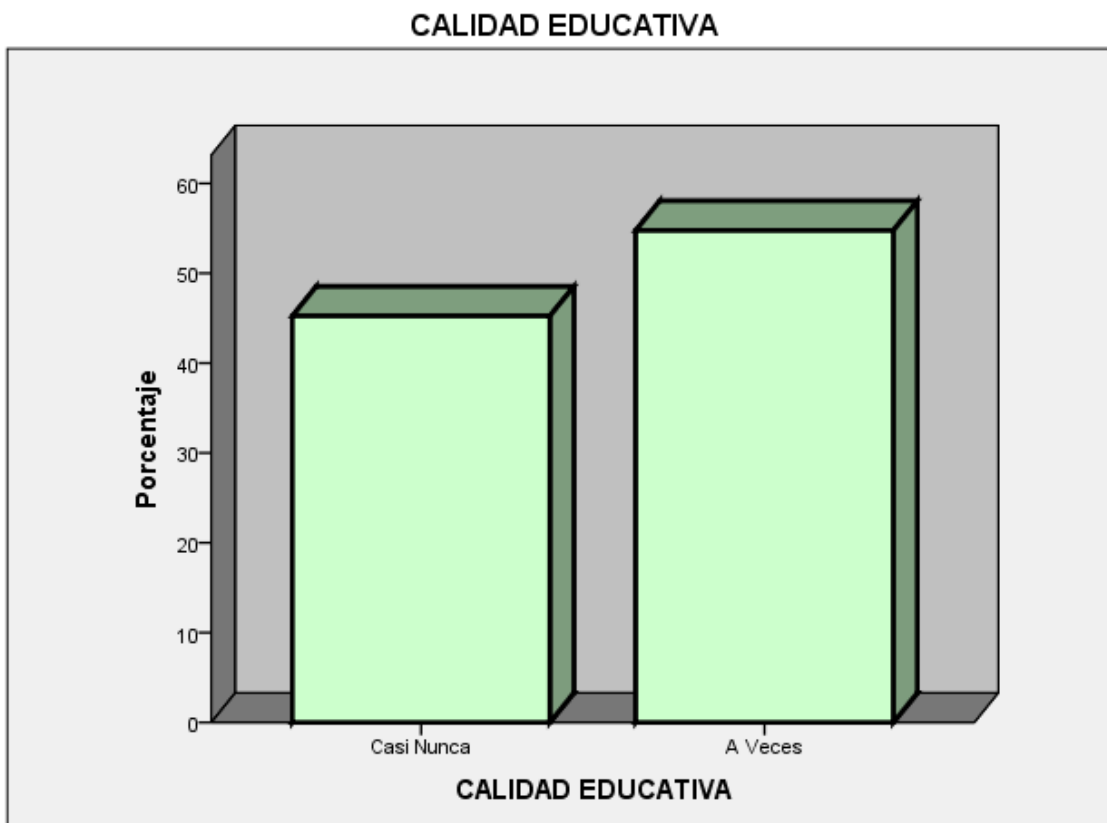
Fuente: Elaboración Propia.

En el indicador relación entre niveles de logro de la variable calidad educativa, la tabla 34 nos muestra que un 61.9 % a veces muestran niveles de logro en la I.E. Por otro lado, existe un 38.1% casi siempre presentan este indicador

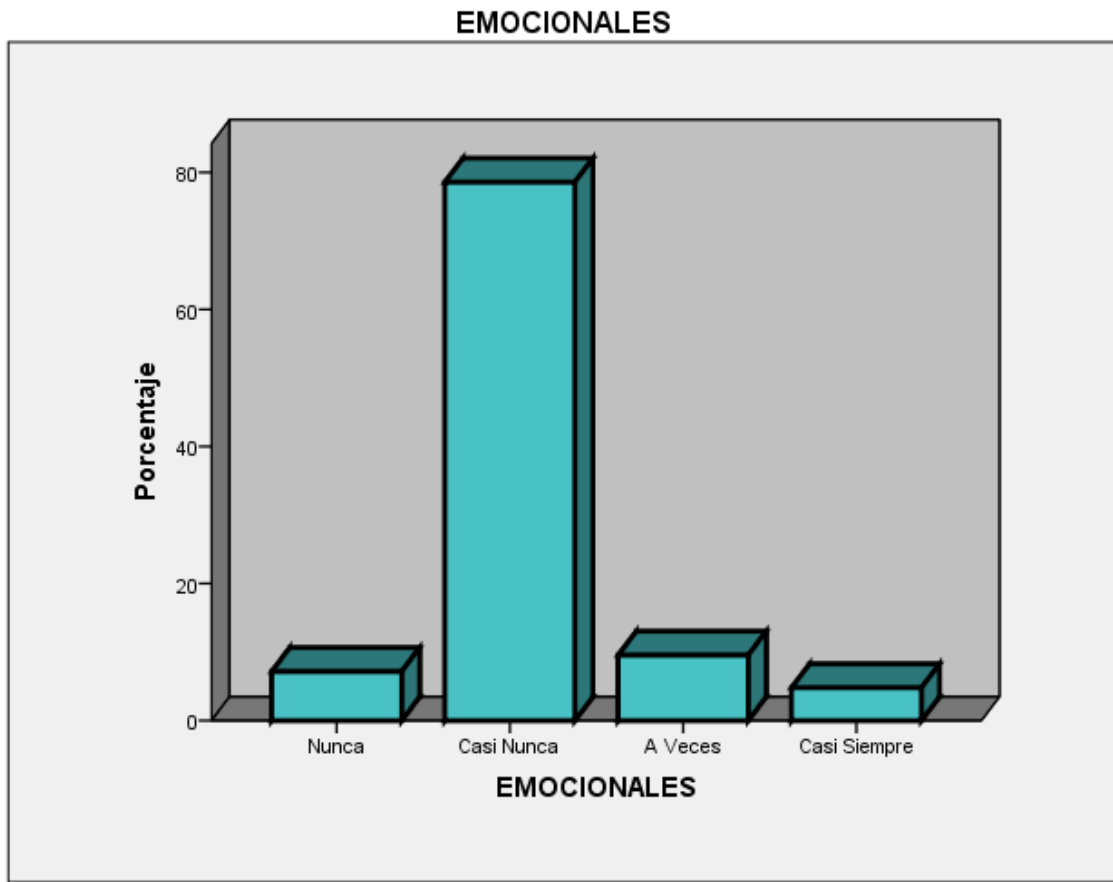
**Figura 01. Variable Inisght**



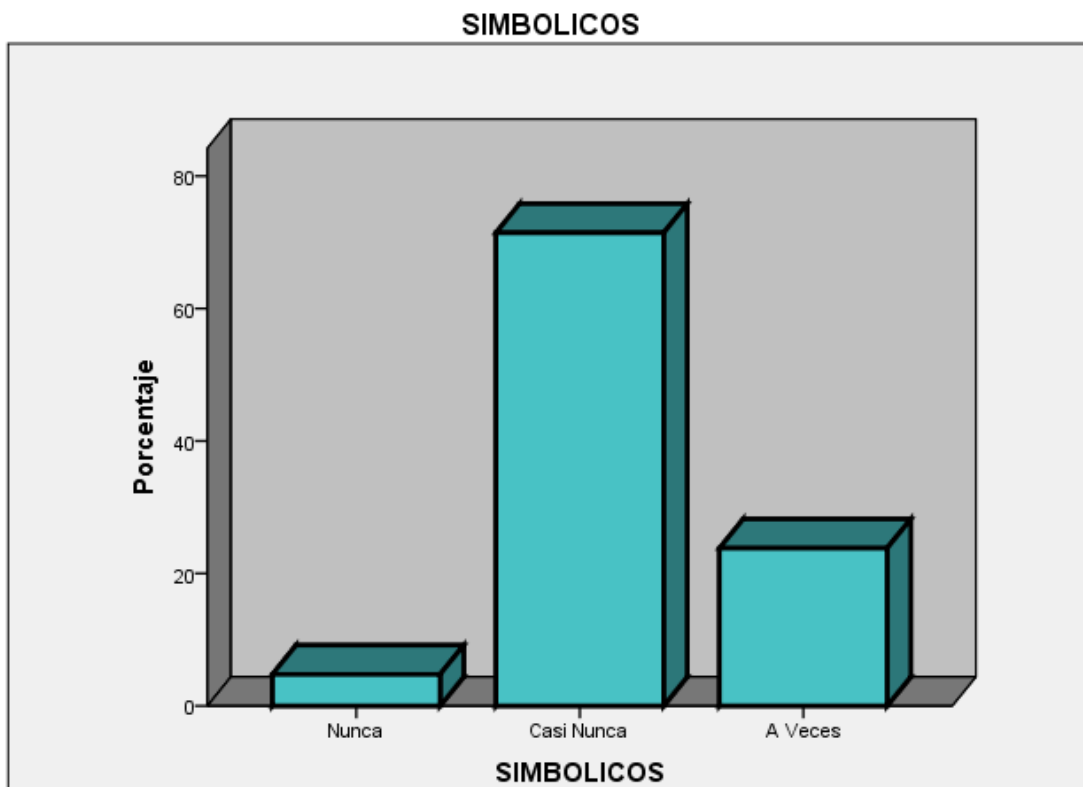
**Figura 02. Variable Calidad Educativa**



**Figura 03. Dimensión de la variable Inisght**

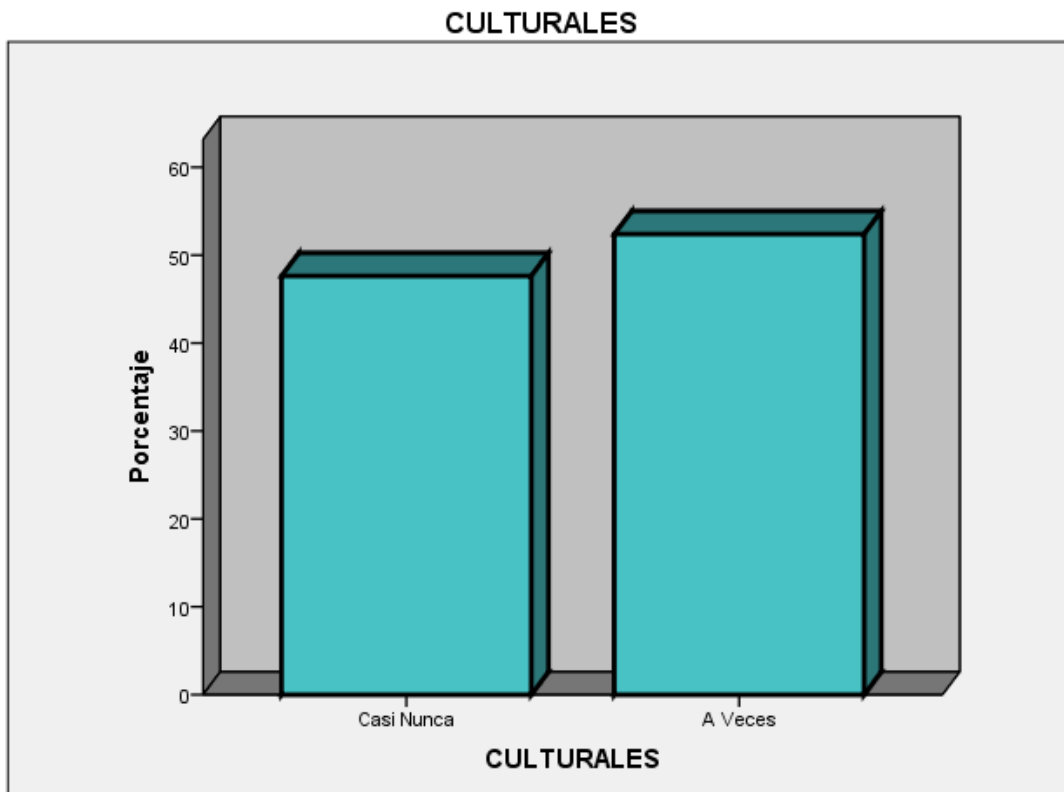


**Figura 04. Dimensión de la variable Inisght**

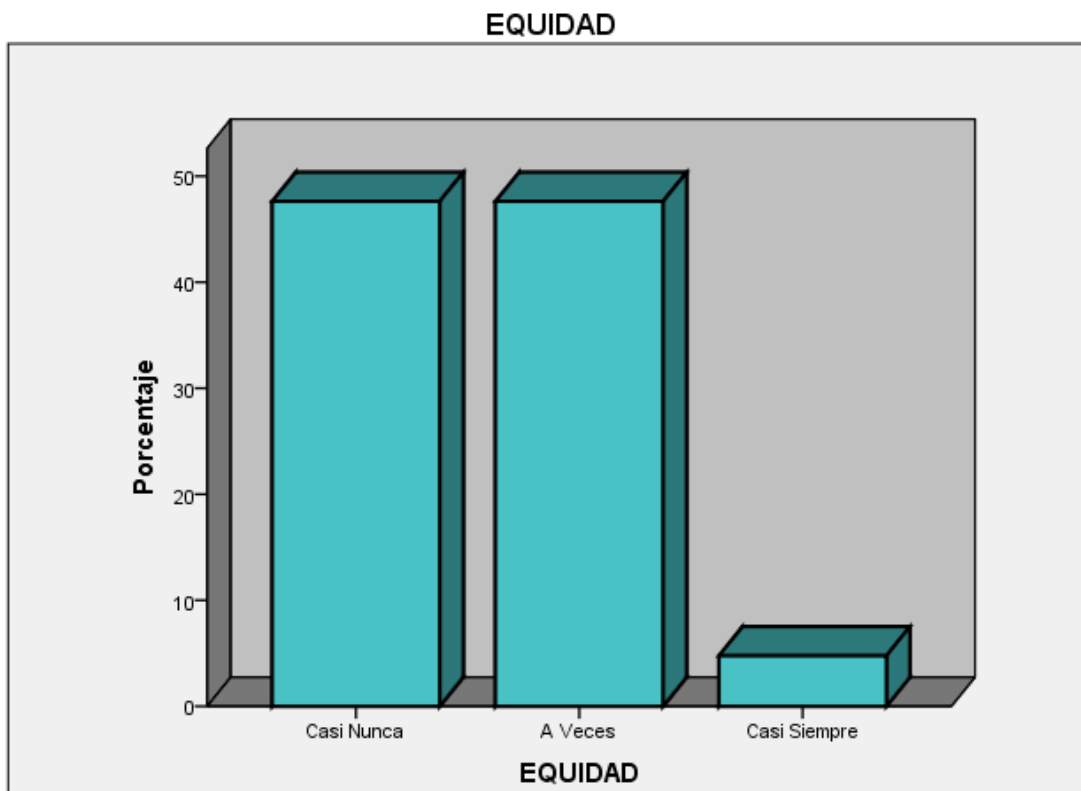




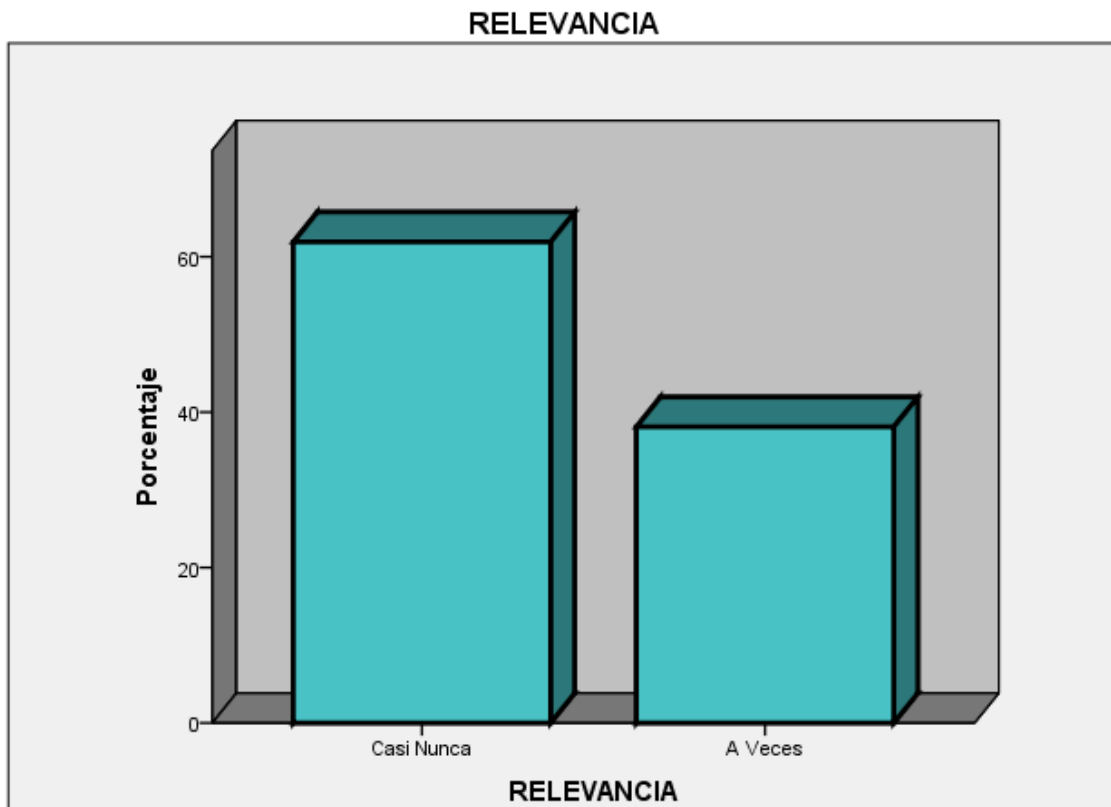
**Figura 05. Dimensión de la variable Inisght**



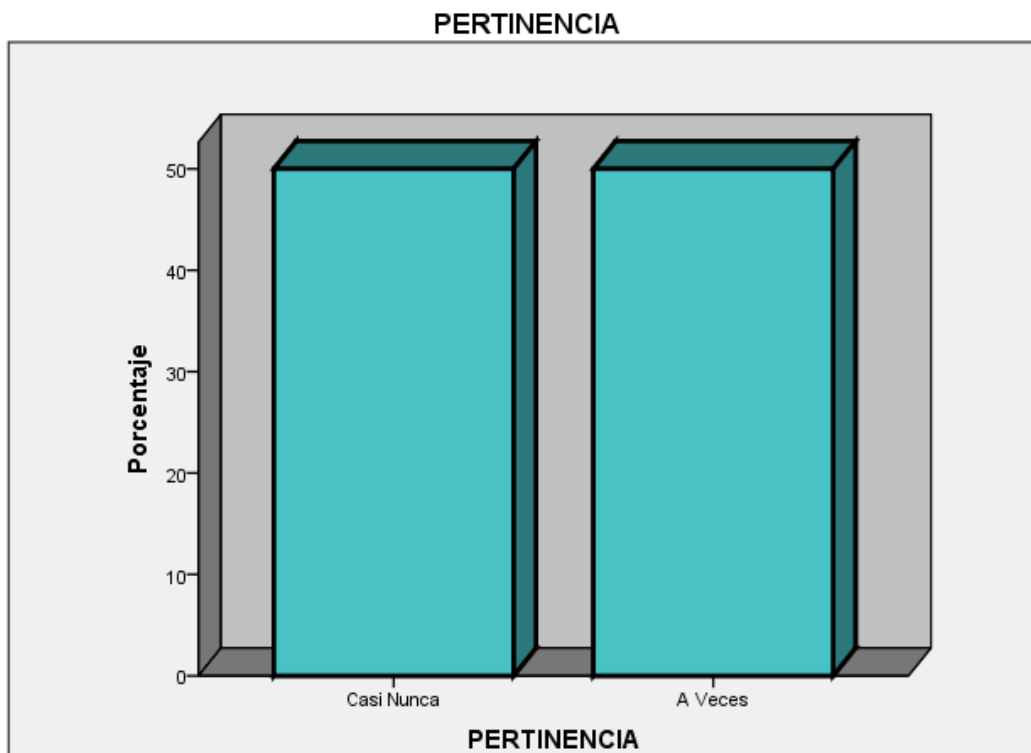
**Figura 06. Dimensión de la Variable Calidad Educativa**



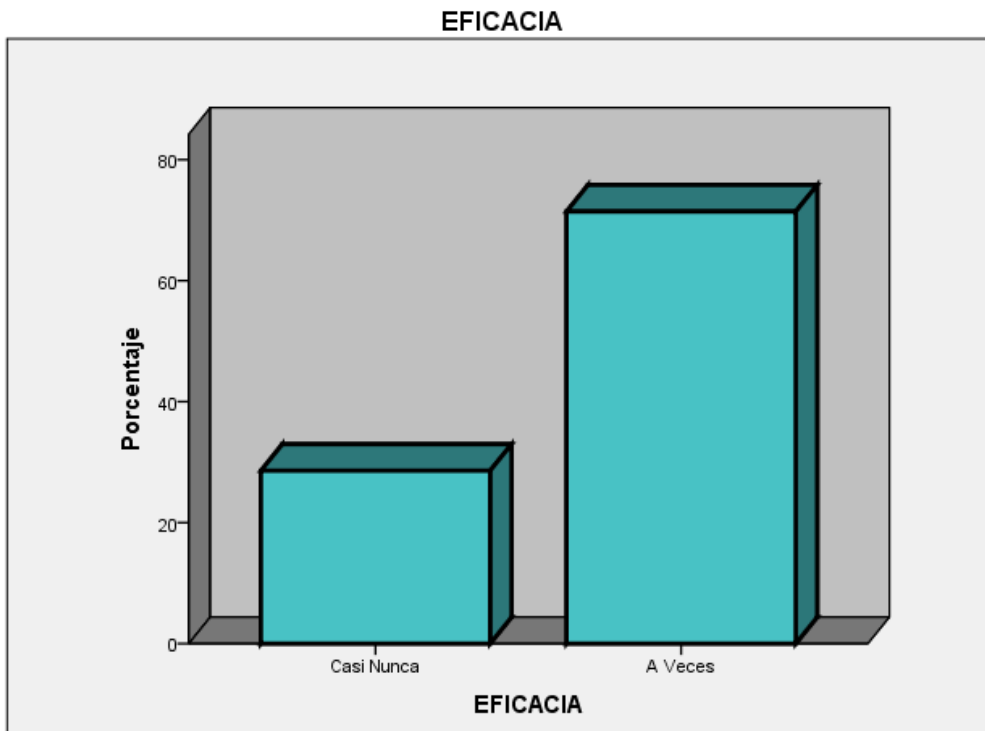
**Figura 07. Dimensión de la Variable Calidad Educativa**



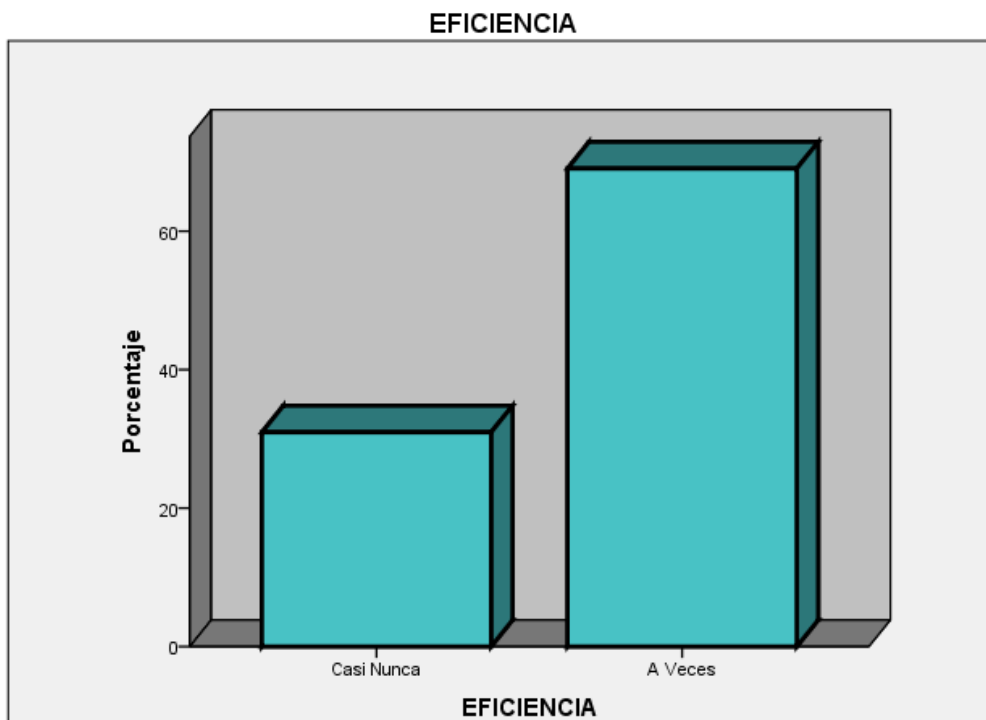
**Figura 08. Dimensión de la Variable Calidad Educativa**



**Figura 09. Dimensión de la Variable Calidad Educativa**



**Figura 10. Dimensión de la Variable Calidad Educativa**



## Anexo N°4

### Instrumento

#### Guía de pautas.

Buenas tardes, mi nombre es María Félix Aquino Alvarado estudiante de Administración de la Universidad César Vallejo filial Piura. La presente investigación, tiene como propósito conocer los Insights del personal de la I.E “Virgen del Carmen del Distrito de Catacaos, Piura; es decir, conocer aquellos motivos que los impulsa en el desarrollo de sus actividades diarias.

En este sentido, es necesario compartir sus ideas en este espacio. Aquí no hay respuestas correctas o incorrectas; lo que importa es justamente su opinión sincera.

Cabe aclarar que la información es sólo con fines de investigación, sus respuestas serán unidas a otras opiniones de manera anónima y en ningún momento se identificará qué dijo cada participante.

#### 1. Preguntas de contenido:

##### Motivación

- Vamos a iniciar con una historia en la que los protagonistas son cada uno de Uds., la historia lleva como título: "Mi primer día de trabajo en la I.E".  
*"En mi primer día de Trabajo yo recuerdo que..."*
- Crearemos una situación problemática en tu hogar y en la I.E. La historia tendrá el título "Un mal día en mi hogar y en la I.E"
- Imaginemos una supervisión inopinada. La historia se llama: "Llego la Ugel y la Drep a supervisar"

##### Satisfacción

- ¿Por qué crees que una persona elegiría trabajar dentro de una institución educativa (experiencias de amigos, familiares, conocidos o alguien que admira)? ¿Y en tu caso, hubo alguna circunstancia o hecho en especial que lo llevó a optar por este trabajo?
- ¿Qué aspiraciones o metas crees que tienen los trabajadores de la I.E (reconocimiento profesional, imagen personal, estatus)? ¿Tenías alguna de estas aspiraciones?

- ¿Qué otros factores crees que influyen en el personal para finalmente elegir este trabajo?
- ¿Qué significado tiene para usted el laborar en la IE virgen del Carmen?

### Símbolos

a) Ahora, vamos a hacer una dinámica:

- 1) Van a cerrar los ojos.
- 2) Van a escuchar la palabra que les menciono
- 3) Van a escribir en el papel que está sobre la mesa las imágenes que se les vinieron a la mente (las imágenes, deben ser objetos, es decir elementos físicos, que se puedan ver).

❖ Palabras:

- “Virgen del Carmen “
- “MINEDU”
- “ESCALE”

### Significado

a) Continuaremos compartiendo lo que cada uno vio, con la explicación del significado que tiene para Uds. cada objeto que vieron.

b) Ahora, vamos a hacer una dinámica:

- 1) Van a observar las siguientes imágenes.
- 2) Van a escribir en el papel que está sobre la mesa las imágenes que han observado.

Imágenes:



- c) Continuaremos compartiendo lo que cada uno vio, con la explicación del significado que tiene para Uds. cada imagen que observaron.

### **Percepciones**

- a) Seguidamente, completaremos las siguientes frases en la pizarra: (Para completar ésta parte: Describa al personal de la I.E, considere: forma de vestir, gestos, postura, lenguaje).

#### **Un Trabajador:**

##### **❖ Personal Administrativo y Personal Docente.**

Debe conocer: .....

Debe saber realizar: .....

Debe ser:.....

### **Creencias**

- a) Ahora, vamos a responder unas interrogantes:

¿Conoce usted las creencias de la Institución Educativa donde labora?

¿Cómo influyen sus creencias en su desempeño laboral?

¿Es posible cambiar ciertas creencias para mejorar la calidad educativa?

### **Liderazgo**

- d) Emplearemos, una dinámica de estrategias y liderazgo. Para mejorar el trabajo en equipo en cuanto a la oportunidad de practicar y desarrollar habilidades.
- e) Mediante las técnicas de observación; se aplica una herramienta audiovisual para analizar los Comportamientos Sociales y valores entre los trabajadores de la I.E

### **Comportamientos Sociales y Valores**

- f) Se utilizaron las herramientas audiovisuales (video sobre comportamientos sociales y valores).

Ingreso a la I.E

Desarrollo de las actividades

Fin de las actividades

## **2. Preguntas de cierre:**

Finalmente: ¿Por qué creen que el insight del personal puede mejorar la calidad educativa?

**Anexo N° 05**

**Validación de expertos:**

**Constancia de validación de cuestionario**



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Freddy Castillo Palacios con DNI N.º 02842237 Dr.  
 en Ciencias Administrativas  
 N.º ANR/COP A202528 de profesión Lic. en Administración  
 desempeñándome actualmente como Docente a T.P.  
 en U.C.V. Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: **Cuestionario**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para validación de cuestionario.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 07 días del mes de abril del 2019.

DR. :  
 DNI :  
 Especialidad :  
 E-mail :

*Freddy Castillo Palacios*  
 Freddy Castillo Palacios  
 02842237  
 Administración / Investigación  
 fcastillo30@hotmail.com



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

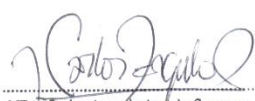
Yo, Carlos Angulo Corcuera con DNI N.º 06437510 Dr.  
 en Administración  
 N.º ANR/COP 18480, de profesión Licenciado en Administración  
 desempeñándome actualmente como Docente a tiempo completo  
 en la Universidad César Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: **Cuestionario**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para validación de cuestionario.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los      días del mes de abril del 2019.

  
 MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera  
 Magister en Administración de Negocios  
 Licenciado en Administración  
 CLAD. N° 18480

DR. : Carlos Antonio Angulo Corcuera  
 DNI : 06437510  
 Especialidad : Administración - MARKETING  
 E-mail : C.angulo85@hotmail.com





**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Cauro Luis Fajardo con DNI N.º 40541130 Dr.  
 en Care de la Educación Myra Adriana  
 N.º ANR/COP ..... de profesión Doc. Adm.  
 desempeñándome actualmente como D.T.C. Escuela de Adm. UCV  
 en .....


Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: **Cuestionario**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para validación de cuestionario.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los ..... días del mes de abril del 2019.

DR. : Cauro Luis Fajardo  
 DNI : 40541130  
 Especialidad : Adm. Adm.  
 E-mail : cauro@ucv.edu.pe



Anexo N° 06

**Validación de expertos:  
Constancia de validación de Guía de Pautas**



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Freddy Cartillo Palacios con DNI N.º 02842237 Dr.  
 en Administración  
 N.º ANR/COP A202528 de profesión Lic. Administración  
 desempeñándome actualmente como Docente a T.P.  
 en U.C.V. Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: **Guía de Pautas**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para validación de cuestionario.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 20 días del mes de abril del 2019.

DR. : Freddy William Cartillo Palacios  
 DNI : 028 42237  
 Especialidad : Administración / Investigación  
 E-mail : fcartillo30@hotmail.com



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

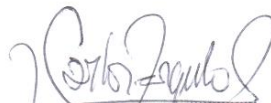
Yo, Carlos Angulo Corcuera con DNI N.º 06437510 Dr.  
en Administración  
N.º ANR/COP 18480 de profesión Licenciado en Administración  
desempeñándome actualmente como Docente a tiempo completo  
en la Universidad Cesar Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: **Guía de Pautas**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para validación de cuestionario.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los \_\_\_\_\_ días del mes de abril del 2019.

  
MBA/ Carlos Antonio Angulo Corcuera  
Magister en Administración de Negocios  
Licenciado en Administración  
CLAD. N.º 18480

DR. : Carlos Angulo Corcuera  
DNI : 06437510  
Especialidad : Administración - MARKETING  
E-mail : c.angulo85@hotmail.com



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**


Yo, Emilia Ramos Fajardo con DNI N.º 40411920 Dr.  
 en Colegio de la Cruz y en Adiestramiento  
 N.º ANR/COP ..... de profesión Docente Adiestrada  
 desempeñándome actualmente como DTC Escuela de Adiestramiento UCV  
 en .....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: **Guía de Pautas**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Guía de Pautas Para validación de cuestionario.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los ..... días del mes de abril del 2019.

DR. : Emilia Ramos Fajardo  
 DNI : 40411920  
 Especialidad : Adiestrada  
 E-mail :  


Anexo N° 07

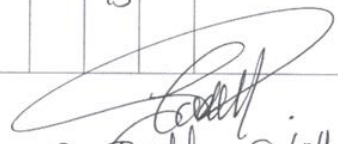
Ficha de evaluación del instrumento cuestionario:



"INSIGHT DEL PERSONAL PARA PROMOVER LA CALIDAD EDUCATIVA DE LA I.E "VIRGEN DEL CARMEN" DEL DISTRITO DE CATACAOS - 2019"

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			95		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			95		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			95		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			95		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			95		

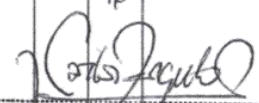
  
Dr. Freddy Castillo Palacios.



**"INSIGHT DEL PERSONAL PARA PROMOVER LA CALIDAD EDUCATIVA DE LA I.E "VIRGEN DEL CARMEN" DEL DISTRITO DE CATACAO S - 2019"**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					96					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																					96					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																					96					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																					96					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																					96					

  
**MBA. Carlos Antonio Angulo Corcuera**  
 Magister en Administración de Negocios  
 Licenciado en Administración  
 CLAD. N° 18480

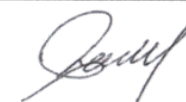




**"INSIGHT DEL PERSONAL PARA PROMOVER LA CALIDAD EDUCATIVA DE LA I.E "VIRGEN DEL CARMEN" DEL DISTRITO DE CATACAOS - 2019"**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				96	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				96	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				96	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				96	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				96	





Anexo N° 08


Ficha de evaluación del instrumento Guía de Pautas:



"INSIGHT DEL PERSONAL PARA PROMOVER LA CALIDAD EDUCATIVA DE LA I.E "VIRGEN DEL CARMEN" DEL DISTRITO DE CATACAOS - 2019"

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: GUÍA DE PAUTAS

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			95		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			95		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			95		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			95		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			95		

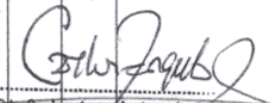
  
Dr. Freddy Antilla Palacios



**"INSIGHT DEL PERSONAL PARA PROMOVER LA CALIDAD EDUCATIVA DE LA I.E "VIRGEN DEL CARMEN" DEL DISTRITO DE CATACAOS - 2019"**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: GUÍA DE PAUTAS**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				96	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				96	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				96	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				96	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				96	

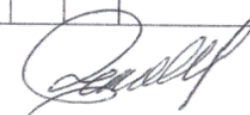
  
 MBA. Carlos Antonio Angulo Cor...  
 Magister en Administración de Negoc...  
 Licenciado en Administración  
 CLAD. N° 18480



**"INSIGHT DEL PERSONAL PARA PROMOVER LA CALIDAD EDUCATIVA DE LA I.E "VIRGEN DEL CARMEN" DEL DISTRITO DE CATACAOS - 2019"**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: GUÍA DE PAUTAS**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				96	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				96	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				96	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				96	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				96	







**Anexo N° 09**

**Matriz de Instrumentos:**

**Variable 01: Insight y Variable 02: Calidad Educativa**

**“Insight del Personal para promover la Calidad Educativa de la I.E. “Virgen del Carmen” del Distrito de Catacaos - 2019”.**

VARIABLES	DIMENSIONES	Definición Operacional	INDICADORES	ÍTEMS
INSIGHT	EMOCIONALES	Con el fin de saber los Insight emocionales se recaudará la información con la aplicación del cuestionario y la Guía de Pautas al Personal administrativo y docente de la I.E "Virgen del Carmen"- Catacaos. Para el grado de satisfacción y motivación existente.	Satisfacción	¿Me siento seguro y estable en mi empleo?
				¿Me siento con ánimo y energía para realizar adecuadamente mi trabajo en la I.E?
			Motivación	¿La I.E, me proporciona oportunidades de crecimiento económico y profesional?
				¿El reconocimiento que se me tiene en la I.E, es el adecuado a la función que desempeño?
	SIMBÓLICOS	Los Insight Simbólicos se precisarán mediante los símbolos, significados y percepciones que el personal administrativo y docente de la I.E "Virgen del Carmen"- Catacaos, demuestra a la aplicación del cuestionario y la Guía de Pautas.	Símbolos	¿El personal reconoce los símbolos que se utilizan en la I.E?
				¿Los símbolos de la I.E son reconocidos por el personal Educativo?
			Significados	¿Se siente orgulloso de la I.E “Virgen del Carmen”?
				¿En la I.E “Virgen del Carmen” se promueve la comunicación clara y concisa?
			Percepciones	¿La I.E, da solución a tus problemas y conflictos en el plazo adecuado?
				¿Se ejecuta la Planificación de actividades y proyectos en la I.E?
	CULTURALES	Los Insight Culturales se recogerá información mediante el análisis del comportamiento social, creencias, liderazgo y valores que presente el personal de la I.E "Virgen del Carmen"- Catacaos, que se demostrara mediante la aplicación del cuestionario y la guía de pautas.	Creencias	¿La I.E se preocupa por mejorar el servicio educativo?
				¿En la I.E existe pluriculturalidad, entonces esta ayuda en el desarrollo de las actividades educativas?
			Liderazgo	¿El trabajo en equipo influye en el logro de los objetivos de la I.E?
				¿Existen procesos de motivación que ayuden a lograr objetivos organizacionales?
			Comportamientos Sociales	¿La I.E lo impulsa a trabajar de acuerdo a las normas del servicio educativo?
¿Existe tolerancia entre los grupos que conforman el personal de la I.E?				
Valores			¿Reconoce algún valor que se aplica diariamente en la I.E "Virgen del Carmen"?	
			¿Los valores de la I.E son reconocidos por el personal de la I.E?	

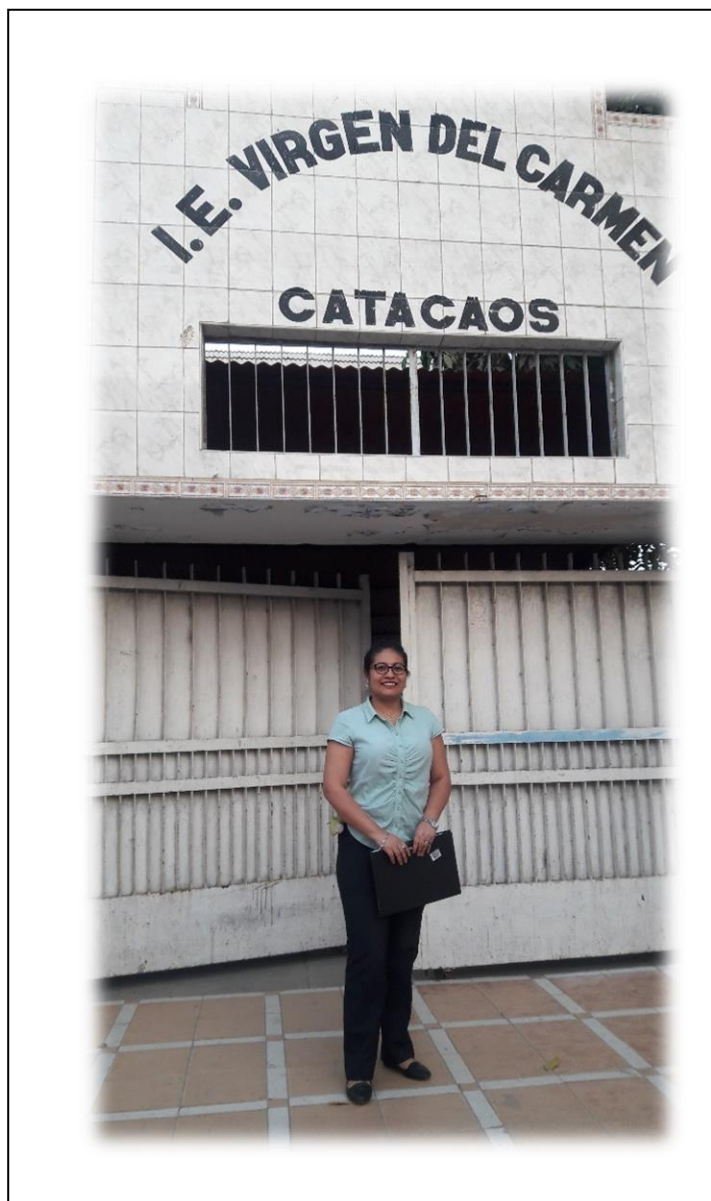
<b>CALIDAD EDUCATIVA</b>	<b>Equidad</b>	La Equidad se mide a través de la Inclusión educativa y el acceso y su permanencia que el personal y la I.E presentan y Lo cual se logrará el análisis mediante la aplicación de un cuestionario al personal de la I.E "Virgen del Carmen"- Catacaos.	<b>Inclusión Educativa</b>	¿El personal docente se preocupa por el nivel de aprendizaje de todos sus alumnos de la I.E?
				¿El personal administrativo cumple con los trámites y documentos necesarios para concluir con los procesos educativos en la I.E?
				¿Los recursos didácticos y materiales se ajustan a las necesidades del personal?
			<b>Acceso y Permanencia</b>	¿El personal de la I.E se interesa por evitar que exista la deserción escolar dentro de la institución?
	¿Se realizan encuestas para identificar la necesidad de la población del servicio educativo?			
	<b>Relevancia</b>	La Relevancia, que brinda el personal será analizado mediante el grado capacidad de comunicación, de análisis y de solución de los problemas que arroje los resultados de la encuesta aplicada a todo el personal de la I.E "Virgen del Carmen" Catacaos.	<b>Capacidad de Comunicarse en Forma Oral y Escrita</b>	¿El personal está informado de todos los acontecimientos importantes de la I.E "Virgen del Carmen"?
				¿La retroalimentación en la comunicación es considerada relevante para la institución?
			<b>Capacidad de Análisis y Síntesis de Información</b>	¿La institución basa el desarrollo del currículo y en las competencias instrumentales y sistémicas?
				¿Se promueven concursos internos para medir la capacidad de análisis y síntesis?
			<b>Capacidad de Solucionar Problemas</b>	¿Se reconoce una mayor participación del personal de la I.E en la solución de problemas académicos y de la vida diaria?
				¿Se desarrolla la habilidad en valores para generar nuevas ideas y soluciones a situaciones repetitivas?
	<b>Pertinencia</b>	La pertinencia del servicio prestado por la I.E se lograra mediante la evaluación del grado de flexibilidad que presente el personal de la I.E "Virgen del Carmen" de Catacaos, como resultado de la aplicación de los cuestionarios.	<b>Flexibilidad</b>	¿Se adaptan a los cambios tecnológicos y/o programas educativos?
				¿Se integra el programa formativo de asesorías y de la diversidad cultural y religiosa?
				¿Se adaptan al contexto cultural de la I.E?
				¿Se promueve la calidad educativa en la I.E "Virgen del Carmen"?
	<b>Eficacia</b>	La Eficacia al servicio prestado por la I.E se lograra mediante la evaluación de las metas educativas, las diferencias sociales y la distribución de oportunidades que presente el personal de la I.E "Virgen del Carmen" de Catacaos, como resultado de la aplicación de los cuestionarios.	<b>Metas Educativas Alcanzadas.</b>	¿El personal docente es el protagonista en el proceso de mejora de aprendizajes?
¿El personal de la I.E sobresale en concursos académicos?				
¿El personal de la I.E sobresale en ferias escolares?				
¿El nivel de aprendizaje de los educandos es el esperado?				
<b>Diferencias Sociales</b>			¿Todo el personal de la I.E se preocupa por atender a sus alumnos sin discriminar a nadie?	
			¿Se presta ayuda oportuna cuando algún personal de la I.E lo necesita?	
			¿La I.E promueve una planificación de acuerdo a su comunidad y necesidades sociales?	
<b>Distribución de Oportunidades</b>			¿Los docentes y directivos dan oportunidad de participación a los estudiantes?	
			¿El personal de la I.E puede opinar libremente para mejorar la Institución Educativa?	
			¿Los docentes y directivos dan oportunidad para mejorar el nivel educativo?	

	<b>Eficiencia</b>	La eficiencia del personal de la I.E "Virgen del Carmen" de Catacaos, medirá la relación entre los objetivos y aprendizajes, la distribución de los recursos y los niveles de logro del personal de la I.E, mediante la aplicación de la encuestas.	<b>Relación entre los Objetivos y Aprendizajes</b>	¿Se aplica encuestas al personal para identificar los requerimientos que necesitan mayor cobertura educativa?
				¿Se realizan estudios de mercado para evaluar la cobertura que presenta la I.E con la comunidad?
				¿Los docentes les informan a los padres de familia sobre los logros alcanzados en el proceso enseñanza- aprendizaje?
			<b>Distribución de los Recursos</b>	¿La I.E distribuye de manera oportuna el material didáctico y otros materiales que ayuden en su labor educativa?
				¿Se utilizan adecuadamente los espacios educativos en mejora del aprendizaje?
				¿La I.E establece una ruta de prioridades en cuanto a necesidades de infraestructura (corto, mediano y largo plazo)?
			<b>Niveles de logro</b>	¿El personal retroalimenta las diversas actividades (evaluaciones y trabajos) e inquietudes con prontitud al usuario?
				¿La institución educativa muestra interés en el personal y los toma en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos?
				¿El personal de la I.E promueve la apertura a la escucha y al dialogo hacia los clientes?

**Anexo N° 10**

**Testimonios Fotográficos**

- a) **Presentación para aplicación de encuestas en la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.**



**b) Aplicación de la encuesta al personal administrativo de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.**



c) Aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de datos Cuestionario y Focus group



d) Inducción a los docentes para la Aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de datos Cuestionario y Focus group





e) Inducción al personal directivo de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.







f) Inducción al personal Docente de la I.E “Virgen del Carmen” de Catacaos.

