



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
PÚBLICA**

**La calidad del servicio según la percepción de los usuarios de la
unidad de Gestión Educativa Local 02 - 2016**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Gestión Pública

AUTOR:

Chinchayan Paredes, William Ricardo (ORCID: 0009-0007-6911-7206)

ASESORA:

Dra. Garro Aburto, Luzmila Lourdes (ORCID: 0000-0002-9453-9810)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Reforma y Modernización del Estado

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía.

LIMA - PERÚ

2016

Dedicatoria

A mi familia por su apoyo incondicional a los amigos y maestros que alentaron todo el proceso de desarrollo del presente trabajo.

Agradecimiento

A mi familia especialmente por haber sido pacientes durante todo el proceso de estudios realizados a la Universidad Cesar Vallejos y a cada uno de los profesionales quienes brindaron su esfuerzo dedicación y conocimientos para mejorar nuestro país.

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, Luzmila Garro Aburto, docente de la Facultad / Escuela de posgrado y Escuela Profesional / Programa académico de maestría en gestión pública de la Universidad César Vallejo sede Lima Norte, asesor (a) de la Tesis titulada: “La calidad del servicio según la percepción de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local 02 – 2016” del autor William Ricardo Chinchayan Paredes, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el trabajo de investigación / tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

Lima, septiembre de 2016

Apellidos y Nombres del Asesor: Garro Aburto Luzmila,	
DNI 09469026	Firma 
ORCID 0000-0002-9453-9810	

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, CHINCHAYAN PAREDES WILLIAM RICARDO estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO del programa de MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: " La calidad del servicio según la percepción de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local 02 - 2016", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
William Ricardo Chinchayan Paredes DNI: 08443838 ORCID: (0009-0007-6911-7206)	 Firmado digitalmente

índice de contenidos	Página
Carátula	i
Dedicatoria	li
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad del asesor Declaratoria de originalidad del autor	iv v
Índice de contenido	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	15
3.1. Tipo y diseño de investigación	15
3.2. Variable y operacionalización	16
3.3. Población, (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	17
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
4.5 Procedimientos	19
4.6. Método de análisis de datos	19
4.7 Aspectos éticos	19
IV RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN	27
VI. CONCLUSIONES	30
VII. RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS	32
ANEXOS	38
Anexo 1: Matriz de consistencia	
Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos	
Anexo 3: Base de datos	
Anexo 4: Certificados validación de instrumentos	
Anexo 5: Informe de originalidad (captura pantalla turnitín)	

Índice de tablas

		Pag
Tabla 1	Matriz de operacionalización de la Variable : Calidad de servicio	16
Tabla 2	Niveles de la variable Calidad de Servicio Percibida	21
Tabla 3	Descripción de los niveles de la dimensión Confiabilidad	22
Tabla 4	Descripción de los niveles de la dimensión Responsabilidad	23
Tabla 5	Descripción de los niveles de la dimensión Seguridad	24
Tabla 6	Descripción de los niveles de la dimensión Empatía	25
Tabla 7	Descripción de los niveles de la dimensión Bienes Materiales	26

Índice de figuras

		Pag
Figura 1	Niveles de la variable Calidad de Servicio Percibida	21
Figura 2	Niveles de la dimensión Confiabilidad	22
Figura 3	Niveles de la Responsabilidad	23
Figura 4	Niveles de la Dimensión Seguridad	24
Figura 5	Niveles de la Dimensión Empatía	25
Figura 6	Niveles de los Bienes Materiales	26

Resumen

El presente trabajo de investigación se planteó como principal objetivo de determinar el nivel de percepción de los usuarios respecto a la confiabilidad de la Unidad de Gestión Educativa Local 02 - 2016, en torno a la percepción de docentes usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 la cual tiene su ámbito de influencia en los distritos de San Martín de Porres (zona de investigación), Los Olivos, Rímac e Independencia.

La investigación realizada es de tipo descriptiva transversal no experimental, ya que la información se llegó a obtener sin la manipulación de las variables de estudio, se llevó a cabo una serie de actividades tomando en cuenta los conceptos teóricos básicos en lo que se refiere el nivel percepción de la calidad de servicio de la UGEL 02 de San Martín de Porres que presta a los usuarios como entidad pública del área de la educación, Para evaluar la variable Calidad de servicio se utilizó el modelo SERVQUAL, se aplicó un cuestionario a los Docentes. La población estuvo conformada 5000 docentes usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02, la muestra fue 184 docentes quienes realizan sus gestiones en la UGEL 02. La muestra fue calculada con la fórmula estadística aleatoria simple.

Con este trabajo de investigación se concluyó que los usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres perciben la calidad de servicio de manera regular en un 42.39%, mientras que un 29.89% refirió que es mala, sin embargo, un 27.72% de los trabajadores indicó que es Buena.

Palabras claves: Calidad, Servicio, Percepción, Usuario

Abstract

This research work was raised as a main objective of determining the level of perception of the users with respect to the reliability of the unit of Local educational management 02-2016, around the perception of educational users of the unit of local educational management 02 which has its sphere of influence in the districts of San Martín de Porres (area of research) Los Olivos, Rímac and Independencia.

The research is transverse descriptive not experimental, since information was obtained without manipulation of the variables of study, a series of activities taking into account the basic theoretical concepts took place in what refers level perception of the quality of service of the 02 UGEL of San Martín de Porres which lends itself to the users as a public entity in the area of education To evaluate the variable quality of service model SERVQUAL was used, a questionnaire was applied to teachers. The population was formed 5000 educational users of the unit of local educational management 02, the sample was 184 teachers who carry out their efforts in the UGEL 02. La sample was calculated with the formula simple random statistics.

With this research it was concluded that users of the unit of local educational management 02 San Martín de Porres perceive the quality of service in a way regular in a 42.39%, while a 29.89% referred that it is bad, however a 27.72% of workers said that it is good.

Keywords: quality, service, perception, user

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Descripción de la realidad problemática

A nivel Internacional los motivos de la expectativa de servicios con el objetivo de satisfacer los momentos de ocio y esparcimiento cultural. Se encontró a Bhattacharya, et al (2023) India. En su artículo que investigaron de manera crítica el índice general de calidad de servicio (OSTI), planteando como objetivo la evaluación de la brecha en termino de empatía, seguridad, capacidad de respuesta, confiabilidad y tangibilidad que de forma eventual dirige a las evaluaciones del servicio al educativo en el Sendero Sandakphu de la región del Himalaya de la India. Además, en el artículo de Câmara et al (2023) Portugal. En las experiencias se analizó de forma significativa las satisfacciones con la vida, significados y propósitos, emoción, autenticidades y atenciones plenas a la satisfacción del usuario.

Así mismo, es importante indicar que se demanda desarrollar servicios de calidad en los lugares y actividades. El Comercio (2019) afirma que podemos considerar que, en el Perú, la satisfacción y calidad de los clientes son fundamentales en el sector de servicio, la estimación económica indica que este sector es un 40% de la fuerza laboral. Desde el año 2013, este sector emplea en promedio 6.3 millones de personas al año, teniendo como foco el área de transporte, comunicación, hotel y restaurante; y más servicios. De igual manera, es el 50% del Producto bruto interno que va equivaler a US\$107.000 millones.

Para la OMT (2019) la calidad es comprender las secuencias del proceso y sistema para el sector privado y público, ya que se tiene que hacer un trabajo grupal con el fin de hallar la deficiencia y problemática suscitada en el sector. Es factible, que los servicios en la UGEL 02, tienen que cumplir el estándar de calidad correcto.

En cuanto a la calidad de servicio, Soledispa, Zea y Santistevan (2020) afirman que se debe tener como objetivo mostrar un buen nivel eficiencia en la resolución de problemas comunitarios, así como tratar de mitigar los obstáculos burocráticos presentes en las unidades administrativas y operacionales, ello con el fin de buscar que la administración pública sea efectiva y dependa de la sociedad y de su gran diversidad cultural a nivel de costumbres. Cabe mencionar,

la existencia de críticas hacia la nueva gestión, debido a que en varias situaciones se intenta igualar al sector público con relación a sus procesos de descentralización, participación en el mercado e incluso considerando al ciudadano como un cliente. Es así como, se espera que la calidad de servicio en la nueva gestión UGEL 02, sea más transparente, flexible y abierta al usuario, en donde, gracias a los aportes de la informática y la tecnología se ha logrado potenciar los diversos instrumentos de calidad y compromiso hacia los usuarios; sin embargo, es importante resaltar que ninguno de estos instrumentos ha logrado alcanzar una efectividad total en la administración UGEL 02 dirigida al usuario.

Por otro lado, la calidad ha vuelto a ser objeto de debate en relación con los procesos de modernización del Estado, ya que se ha demostrado que es una opción relevante que fortalece la legitimidad de las UGEL a través de la reconfiguración de los organismos, la mejora continua y el enfoque en el rendimiento de las organizaciones. La gestión de la UGEL I debe centrarse en resolver los problemas de las IIEE y eliminar o al menos reducir las prácticas burocráticas que se manifiestan en su funcionamiento. Es evidente que se debe buscar la transparencia y flexibilidad para lograr que las gestiones sean efectivas en sus tareas. Sin embargo, también se debe tener en cuenta la necesidad de modernizar las UGEL, algo que se ha esperado durante mucho tiempo. Por lo tanto, los enfoques metodológicos de investigación que se utilizan en las ciencias sociales, así como en la gestión educativa, pueden ser una contribución fundamental para legitimar los procesos educativos de intervención y deliberación (Roth, 2020). La gestión educativa es el núcleo que facilita una mayor identificación con las políticas públicas, y la credibilidad y coherencia desempeñan un papel relevante en este proceso (Merchán, Pinargote y Acebo, 2022). Actualmente, la gestión educativa se considera un proceso que tiene como objetivo satisfacer las necesidades y expectativas de los padres de familia a través de la implementación de instrumentos transparentes y eficientes (Romero, Escudero y Salazar, 2022).

Según (Antonietti. y Lo Bello, 2019), se tiene que realizar el plan de calidad donde estos sistemas aplicables a los productos o servicios efectuando de forma continua ajustes o mejoras que son necesarias. De igual manera, la calidad en la

UGEL 02, se comprende como interrelaciones entre el sistema arraigado a las cadenas de servicios educativos y sus consumos, partiendo de la selección de los destinos y las percepciones de satisfacciones de los usuarios.

En el presente trabajo, el nivel de satisfacción del usuario va representar la principal causa de la investigación en los campos educativos, el cual depende mayormente, de la característica propia UGEL que se visita. Ante ello, las satisfacciones de los usuarios guardan relaciones con la expectativa previa que tengan (Antón, Camarero, y Laguna, 2019). Por eso, las satisfacciones en el área educativa se comprenden por las experiencias globales, incluyendo las áreas siguientes: sociabilización, educación, conocimiento y entretenimiento (Chen, y Chen, 2019). Es por ello que las satisfacciones con los servicios, se asocian con los deseos de tener otra vez esa misma sensación, para los niveles de satisfacción de los usuarios. Ruíz (2012), los usuarios de la UGEL 02 consideran que ella es una organización deficiente, con personal ineficiente en el desarrollo de sus actividades, la que envés de mantener satisfechos a sus usuarios los mantienen incomodos distrayendo frecuentemente tiempo en tramites inútiles o dilatando beneficios que correspondes según la normatividad vigente, ocasionando molestias en padres de familia y estudiantes quienes son también afectados por la inoperancia de dichos funcionarios.

Por ende, en el presente trabajo se formulará como problema general: ¿Cuál es el nivel de calidad del servicio según los usuarios respecto a la unidad de gestión educativa local (UGEL) 02 - 2016? PE1: ¿Cuál es el nivel de percepción de los usuarios respecto a la confiabilidad de la UGEL 02 – 2016?, PE2. ¿Cuál es el nivel de percepción de los usuarios en relación a la responsabilidad de la UGEL 02 - 2016?, PE3. ¿Cuál es el nivel de percepción de los usuarios en relación a la seguridad de la UGEL 02 - 2016?, PE4. ¿Cuál es el nivel de percepción de los usuarios en relación a la empatía de la UGEL 02 - 2016?, PE5. ¿Cuál es el nivel de percepción de los usuarios sobre los bienes materiales de la UGEL 02 - 2016?

Justificación teórica. A propósito, Fernández-Bedoya (2020) en su investigación aclara que está relacionado con el deseo. Por lo tanto, el objetivo de la investigación es generar reflexión y discusión de conocimientos existente, confrontar teoría y comparar resultados

Justificación práctica. La Unidad de Gestión Educativos Local 02, mejorar los sistemas de atención al usuario, mejorar los mecanismos de control de cada una de las áreas y elevar el nivel de confianza de los usuarios en el servidor público nacional a la comunidad educativa y sociedad a la cual sirve. **Justificación metodológica.** La presente investigación, realizada de nivel básico de corte transversal, haciendo uso del método hipotético deductivo. empíricamente a juicio de expertos por lo que proveerá resultados veraces el cual permitirá describir la percepción de los usuarios de la Ugel 02 de San Martín de Porres según el tipo de característica laboral que prestan los usuarios de las diferentes áreas de atención de dicha entidad, lo que permitirá a su vez brindar las recomendaciones del caso para que se pueda mejorar el servicio que brinda esta institución del ámbito de la educación peruana.

Se empleó el instrumento Servqual ya es un instrumento validado y aplicado en otras investigaciones ya que toma la percepción del usuario previo a la atención mediante una encuesta y otra encuesta sobre lo que refiere el usuario posterior a la atención en dicha dependencia administrativa del Ministerio de Educación del Perú. **Justificación social.** Como indica, Arias (2012) comenta que la justificación Social Concuerda en que toda investigación debe ser socialmente relevante hasta cierto punto, tiene como objetivo esforzarse por difundirse en la sociedad y debe indicar un alcance o pronóstico social. La Unidad de Gestión Educativos Local 02, elevando los niveles de confianza en la Ugel 02, con la participación activa de los usuarios quienes mediante su opinión podrán determinar los puntos vulnerables que deben ser considerados para su mejora y ello redunde en la satisfacción de quienes son atendidos en sus instalaciones, con la comunicación precisa y oportuna, se generaran mecanismos de atención claros y precisos, que redundará directamente en la satisfacción de los usuarios indirectos de la Ugel 02 (padres de familia y estudiantes).

Se plantea como Objetivo General: Determinar el nivel de percepción los usuarios respecto a la calidad de servicio de la UGEL 02.OE1. Determinar el nivel de percepción de los usuarios respecto a la confiabilidad de la UGEL 02 - 2016.OE2. Determinar el nivel de percepción de los usuarios en relación a la responsabilidad UGEL 02 - 2016., OE3. Determinar el nivel de percepción de los usuarios en relación a la seguridad de la UGEL 02 – 2016. OE4. Determinar el

nivel de percepción de los usuarios en relación a la empatía de la UGEL 02 – 2016 Y OE5. Determinar la percepción de los usuarios sobre los bienes materiales de la UGEL 02- 2016

II. MARCO TEÓRICO

Por el diagnóstico expuesta en la introducción del presente proyecto de tesis, para determinar la relevancia científica del proyecto de investigación, se consigue por indagaciones de los antecedentes nacionales e internacionales.

El estado de arte a través de indagaciones en **antecedentes Internacionales**; en tal sentido, Vélez et. al (2020) estudiaron la relación del factor tecnológico y las autogestiones de información, planteando por objetivo: determinar los niveles de satisfacción que percibe el usuario en las incorporaciones de la tecnología de la información y la comunicación en las difusiones y gestiones del proceso del sector turismo. Desarrollando un análisis descriptivo y experimental de enfoque cualitativo con diseño transversal por medio del análisis de la innovación informática introducida en el sector del turismo y la percepción asociada del visitante. Observando el aumento en la tasa de llegada internacional y los gastos turísticos, lo cual contribuyo en los niveles de inversiones en turismo. Encontrando correlación positiva con el empleo y aumenta los crecimientos sectoriales del turismo en la economía de Guayas. Concluyendo que las percepciones del turista siendo de satisfacción alta y que la red social y aplicación móvil sigue ganando adeptos, siendo con más frecuencia la plataforma de Facebook y Booking y dentro del territorio de Guayas, los Kioscos digitales.

Igualmente, Tanković, et al., (2020) en su artículo titulado: Employee communication and soft skills influencing tourists' satisfaction, En este artículo se buscó estudiar las percepciones de los usuarios sobre el efecto de las habilidades de comunicación de los proveedores de servicios educativos. en habilidades blandas y en la satisfacción con el servicio prestado. Los datos primarios se recopilaron utilizando un modelo estructurado cuestionario, mientras que el análisis cuantitativo utiliza el método PLS-SEM. Los resultados muestran que la comunicación y las habilidades en las habilidades blandas. se ve afectada positivamente por ambos. Habilidades de comunicación y habilidades blandas.

Del mismo modo, Taño et al., (2020) España, en su estudio investigan la satisfacción con las compras de souvenirs en un destino turístico insular masivo de playa y sol, contrastando los modelos teóricos donde se proponen las influencias de las satisfacciones con el atributo de compra sobre las

satisfacciones generales con las compras. En el artículo se aplicó el modelo de ecuaciones estructurales basado en PLS compuesto por la muestra de 134 turistas en Tenerife que han comprado souvenirs durante su estancia en la isla. El resultado sugirió que las satisfacciones con el atributo de compra de la tienda, la característica del souvenir y sus presentaciones tuvieron influencias positivas en las satisfacciones generales de compras. Pero el atributo como los valores y las funcionalidades, no determinó la satisfacción de compras generales. Este hallazgo contribuyó en la ampliación del estudio acerca de las satisfacciones del turista con souvenir en un destino diferente.

De igual modo, Contreras (2021) en su investigación titulada Calidad percibida del servicio, satisfacción e intención de revisita del turista en destinos turísticos de Boyacá, Colombia. Planteo como objetivo la evaluación de las calidades percibidas de los servicios de niveles de destinos turísticos y sus influencias en la satisfacción e intenciones de revisitas, teniendo en consideración el efecto moderado de edad y género. En su metodología aplica el método empírico experimentales. En sus resultados confirmo que hay significativa y positiva relación entre la calidad que se percibe de los servicios en los destinos en las satisfacciones y entre satisfacción e intenciones de revisitas, pero la calidad que se percibe del servicio no dirige a las intenciones de revisitas de los turistas.

De la misma manera, Mejias, Gody y Peña (2018) Venezuela. En su trabajo planteo como objetivo la evaluación de los impactos de la calidad de servicio en la satisfacción de sus usuarios, empleo como instrumento en base al modelo SERVQUAL que se consideró la calidad del servicio, el índice ACSI que estudia las satisfacciones de los clientes y el modelo KANO que determinas atributos diferentes que necesitan los servicios. Considerando 194 encuestas valoradas por clientes en escala tipo Likert. Previa determinación de la muestral adecuación, fueron reconocidos por medio del análisis de Factores, cuatro dimensiones: aspectos generales, confiabilidad y empatía, seguridad y capacidad de respuesta.

Así mismo, Molina (2018) Ecuador. En su tesis titulada Análisis del perfil y grado de satisfacción del usuario cultural que visita el Centro Histórico de Quito, planteo como objetivo el análisis del grado y perfil de satisfacción de los usuarios culturales que visita el Centro Histórico de Quito. En su metodología se utilizaron

libros de turismo como fuentes de información secundaria y la encuesta a turistas del Centro Histórico de Quito durante un periodo de 30 días, con una muestra de 368 elementos muestrales. En sus conclusiones se halla que las ofertas a los usuarios de Quito identificadas se conforman por iglesia, capilla, plaza, plazoleta y atrio, monasterio, sala capitular y refectorio, teatro, museo, edificación civil, monumento, calle patrimonial e infinidad de legendarias residencias que tienen arquitecturas desde el siglo XVI, también brinda culturales eventos que se programan en todo el año.

Por ello, Câmara et al. (2023) Portugal. analizaron las componentes que forman parte de la experiencia del usuario significativa con el antecedente y resultado conforme con marcos de psicología positivas. Realizó una revisión literaria de artículos relacionados con el tema de plataformas científicas como Web of Science y Scopus, aplicando el criterio de exclusión e inclusión, con una muestra final de 70 artículos. En su resultado evidenció el carácter holístico de la experiencia significativa en términos de dimensión personal, emocional, de bienestar, relacional y conductual que permita mejores conceptualizaciones de los constructos. En las experiencias se analizó de forma significativa las satisfacciones con la vida, significados y propósitos, emoción, autenticidades y atenciones plenas. En sus conclusiones destacó los potenciales de la psicología positiva en la maximización de los bienestar del turista por medio de las experiencias, representando oportunidades para las industrias de las hospitalidades y del usuario, como también para que otras empresas mejoren la experiencia del usuario, como el investigador, psicólogo, comunidad de residente y universidad. La investigación va contribuir en investigaciones futuras en las evaluaciones óptimas de experiencias significativas y a la empresa educativa para que pueda gestionar una mejor experiencia.

Similarmente, en indagaciones en los **antecedentes nacionales**; vale la pena señalar a, Córdova et al., (2022) Perú. El turismo es una actividad que permite el desarrollo económico al generar empleo, promover las manifestaciones culturales, mejorar la infraestructura, integrar a las comunidades locales, preservar los atractivos y, en definitiva, optimizar las calidades de vida de los individuos. Plantearon como objetivo la identificación del nivel de satisfacción del cliente del tour operador de aventura que presentan incrementos significativos de

competidores, el tour operador de aventura Río y Sol de Lima, Perú Se constituyo la población con 3000 clientes que percibe de forma mensual la empresa, se aplicó en el simple aleatorio en el método, obteniendo 340 clientes en la muestra. Para finalizar concluyo que los niveles de satisfacción con los servicios que brindan la empresa siendo alto con 39% de clientes y regular para un 43,9%; se muestra en el retorno frecuente de los clientes.

En tal sentido, Mera (2021) Perú. En su investigación titulada satisfacción del visitante nacional con respecto a la calidad de servicio en el museo arqueológico nacional Brüning, Lambayeque – 2021, planteando como objetivo la determinación de los niveles de satisfacciones de los visitantes nacionales en relación con la calidad de los servicios en el museo arqueológico nacional Brüning. En su metodología utilizo el enfoque cuantitativo, con un explicativo alcance y no experimental – transversal en su diseño, con una muestra compuesta por 147 trabajadores que laboran en distintas áreas del museo, utilizando como técnica de recolección de datos la técnica documental, encuesta y entrevista. Concluyendo en relación con los niveles de satisfacción de los visitantes nacionales es medio, ya que las opiniones vertidas en los cuestionarios indican indiferencias en la dimensión de capacidad de cortesía y servicio.

En todo caso, Sotelo (2020) su estudio titulado Analizar la calidad de servicio y la influencia en el nivel de satisfacción del visitante al museo arqueológico de la Universidad Católica de Santa María, Arequipa – 2018, buscando la determinación de los intereses, motivaciones y características que más resalta del turista que de manera periódica realiza su visita al Museo Arqueológico, aplicando en esta investigación el cuestionario como instrumento, con una muestra de 365 turistas. En sus resultados se permitió la determinación que el turista nacional y el extranjero poseen distintas preferencias, motivaciones y características, las cuales permiten determinar del servicio su calidad, la cual va corresponder con los niveles de satisfacción de los turistas que visitan preferentemente el Museo.

Al mismo tiempo, Alzamora y Fernández (2020). En su estudio que tuvo como objetivo: la determinación del beneficio del programa Viajes Culturales como estrategia de marketing en la ciudad sagrada de Caral - Barranca, 2020.

Con el fin de alcanzar el objetivo la investigación en su tipo fue básica, cualitativa en su enfoque, descriptivo en su nivel fenomenológico en su diseño basándose en la identificación del beneficio que se obtiene del programa Viajes Culturales, utilizando como técnica de la recopilación de datos fue la entrevista, la cual se aplicó a 5 personas responsables del programa. El resultado que se obtuvo en el programa, brinda unos productos culturales y las difusiones de la herencia y patrimonio cultural, también fortalecen las enseñanzas educativas, llegando a las conclusiones que el beneficio del programa de Viajes culturales, por medio de la estrategia de marketing sean bastante productivas e importante para los visitantes, para las comunidades y el mismo lugar arqueológico donde se permite crear cultura, conciencias y que se conozca lo importante de las civilizaciones Caral, de igual manera esta estrategia permite optimizar los análisis internos del programa y el entorno en el que esta, lo cual generar el incremento de las demandas turísticas y trabajos e ingreso de la divisa para comunidades.

Abordando las teorías que sustentan a **calidad de servicios**. La calidad de servicio es la herramienta administrativa que busca las satisfacciones de ellos clientes y las mejoras continuas (Uquillas *et al.*, 2022). Con el fin de alcanzar lo mencionado previamente, la compañía que brinda servicio turístico tiene que buscar los cambios como inicios para las implantaciones de unas nuevas formas de trabajos, los trabajos con calidad. (Chaudhary, 2018)

La calidad cuenta con diversos conceptos: “posee por objetivo principal las satisfacciones de los clientes, que podrán conseguir por medio de los trabajos realizados bien; se adelantan en las identificaciones, acetan y satisface la expectativa; siendo el nivel de excelencia que una empresa elige para lograr la satisfacción del cliente; siendo juicios que los clientes tienen sobre un servicio o producto”. (Chaudhary, 2018)

Como se menciona antes, la calidad que perciben los clientes depende principalmente de la expectativa que se crean acerca del servicio o producto “la misma se determina por: experiencia pasada en los establecimientos, experiencia pasada en otro hotel, publicidades, necesidad personal y precios”.

Relacionado con la calidad que perciben de los servicios, se puede destacar 2 enfoques: americano de Uquillas *et al.* (2022) y el nórdico. El primero va lograr el desarrollo de los modelos conceptuales de la calidad del servicio y

unas metodologías para medirlas nominadas *servqual*; en cambio el segundo brinda la conceptual base de calidad de servicio, pero no tiene operacionalización para sus mediciones (Chaudhary, 2018).

Las investigaciones de Uquillas *et al.* (2022) indican que la calidad de servicio como las diferencias o discrepancias (paradigma de la des confirmación); apunta que hay 4 factores que van a condicionar la expectativa del consumidor (comunicación externa, experiencia, necesidad personal y comunicación boca a boca), además identifica 5 dimensiones generales (empatía, seguridad, capacidad de respuesta, confiabilidad y aspecto tangible) que se van a representar en 44 ítems de evaluación (22 de percepciones y 22 de expectativas) que usa el consumidor para poder valorar las calidades de servicios con la escala de *servqual*.

Partiendo de *SERVPERF* y *SERVQUAL* se realizan estudios para poder evaluar las calidades de los servicios de destino turístico. Las nociones de calidades de servicios en los destinos siendo parte de los conceptos “parentales” de calidad del servicio en el estudio del marketing (Tosun *et al.*, 2015). Generalmente la calidad de los servicios en el destino se consideran como la percepción de calidad del servicio experimentado en su estadía, por medio del uso del servicio que va permanecer en el recuerdo del turista (Kayat & Hai, 2014). Mejor dicho, se trata de las valoraciones de los turistas de las prestaciones del servicio consumidor en los destinos turísticos determinados.

Al mismo tiempo, Vera & Trujillo (2018) calculan la calidad del servicio y las satisfacciones generales del visitante con el servicio y producto turístico ofertado en el Parque Nacional Tsavo West de Kenia como destino turístico. Para lo cual, los autores deben seleccionar las 5 dimensiones del modelo *servqual* más 2 dimensiones asociadas con precio y percepción de valor. Por resultado de las evaluaciones de dimensiones, gran parte de los turistas (más del 70%) indicando que tuvo experiencias satisfactorias con los destinos estudiados.

Mientras tanto, Truong & Foster (2006) utilizan la escala *holsat* para la evaluación de la satisfacción del turista que visita Vietnam, por medio del factor accesibilidad, alojamiento, servicio, actividad y atracción, que se miden de 33 atributos en total. Sukiman *et al.* (2013), en Pahang-Malasia y Zabkar *et al.* (2010), en Eslovenia, aplicando la escala *holsat* valoran las percepciones de las

calidades de los destinos, satisfacciones de los turistas e intenciones de revisar los destinos. Ahí se halla que el atributo del destino perjudica la calidad que se percibe en la oferta turística. Relacionándose con satisfacción y la intención de los comportamientos del turista.

En tal sentido, Según Cordero et al. (2023) para se tenga claro que es y cómo se mide. Por ello, se relaciona con realizar menciones a diferentes factores que tienen influencia en la relación empresa y usuario. Confluyendo unos contextos complejos que reflejan la expectativa que espera y se debe cumplir de forma íntegra por quien forma la empresa.

En consecuencia, (Uquillas *et al.*, 2022) definen la calidad de servicio percibida como juicios globales de clientes sobre las excelencias o superioridades de ellos, que resultan de la comparación entre la expectativa del consumidor (ellos piensan que las compañías de servicio deben ofrecer) y su percepción acerca del resultado de los servicios brindados. Indicando la hora de la evaluación de la calidad de servicio y cuando falta criterios de caracteres objetivos se necesita hacer el diagnóstico de ese, partiendo de los análisis de la percepción del cliente o usuarios con relaciones a los servicios recibidos.

En este sentido, hay diversas posturas sobre la calidad de los servicios y no hay consensos entre diferentes autores con las formas de medir y la dimensión que se utiliza. Inclusive en ciertas ocasiones las calidades de los servicios tienen distintas dimensiones en relación con el diferente sector de servicio

A propósito, La calidad es la visión que tiene un turista respecto a los servicios ofrecidos o productos seleccionados en el transcurso de las actividades turísticas. Ya que la calidad se refiere a diferentes aspectos importantes y necesarios, siendo ellos: la cortesía, la buena presentación del personal, la puntualidad, el respeto y finalmente la capacidad de resolver los problemas de los turistas ante cualquier dificultad o inquietud que transcurran en sus actividades en el establecimiento o lugares de atención.

Dimensiones de la calidad del servicio. **Dimensión 1: Confiabilidad** Un servicio que se realiza de forma segura y confiable es la habilidad que se tiene que desarrollar en las empresas que brindan servicio. La definición de fiabilidades contiene un agente por el cual los clientes van a evaluar la capacidad y preparaciones profesionales de la empresa, lo cual va significar brindar correctos

servicios con los objetivos que las empresas den a sus usuarios. Previendo la complicación y poniendo las concentraciones en brindar servicios de calidad que intensifican las confiabilidades y crea ambientes de confianzas, implicando el refuerzo de los valores de honestidad del cliente. (Uquillas et al., 2022). La confiabilidad viene a ser la capacidad de desarrollar los servicios prometidos con exactitud y formalidad. Es brindar los servicios correctamente desde el inicio (Cordero, Erazo y Bermeo, 2023) **Dimensión 2: capacidad de respuesta**

El interés que muestra el trabajador en brindar los servicios a los clientes. Mejor dicho, los comportamientos en las prestaciones de los servicios, teniendo protagonismo la puntualidad en el compromiso determinado y finalmente la posibilidad que tienen los clientes para ponerse en contacto con la empresa (Uquillas et al., 2022). Las capacidades de respuestas de la empresa se definen como los conjuntos de las acciones que reflejan las velocidades y coordinaciones con la acción que se implementa y revisa de forma periódica (Ceballos et al., 2021) **Dimensión 3: empatía** La dimensión está caracterizada por los ofrecimientos personalizados de la empresa hacia el usuario. Es decir, se refieren a los cuidados específicos que van a permitir que se transmita al consumidor que es importante u especial. Constando de brindar a los clientes respeto, entendimiento y comprensión (Uquillas et al., 2022). La empatía viene a ser las capacidades de compartir y comprender el sentimiento de otros, la empatía va permitir que se vea todo de la perspectiva de otro en lugar de la nuestra. (Ceballos et al., 2021) **Dimensión 4: seguridad** Abarca el conocimiento, cortesías, atenciones y la habilidad de tener el trabajador y las empresas para que se genere familiaridad y creencia (Uquillas et al., 2022). Se considera la seguridad como los estados que no hay peligro y como condición que pueda ocasionar daños físicos, psicológicos o materiales en el individuo y en la sociedad en general. (Ceballos et al., 2021) **Dimensión 5: aspectos tangibles** Se refiere al elemento físico que los usuarios perciben durante sus atenciones como la subestructura física, mecanismo particular, material de declaración, abluciones y modernidades. (Uquillas et al., 2022). Siendo un aspecto tangible aquel elemento que se puede sentir y/o tocar, mientras que es un bien intangible aquel que existe físicamente. (Ceballos et al., 2021)

Robbins y Judge (2009) sostuvieron que es una evaluación de las características de una persona, las cuales son afectadas por que se les compara con otras que obtienen calificaciones más altas o bajas en esas mismas características.

Bowman(1999) realizó algunas investigaciones en donde encontró que cuando una persona se conoce a sí misma, es más fácil que perciba a los demás con precisión. Además, encontró que las características que uno tenga, influye en las características que se identifican en los demás y solo las personas que se aceptan a sí mismas, son capaces de percibir los aspectos favorables de los demás.

Según Snyder y Srukas (1999) representa el grado en el cual las expectativas previas sesgan la percepción ya sea de alguna determinada situación objetos o personas. Cabe recalcar que un aspecto importante de los efectos de las expectativas, es la profecía que se cumple por si misma también llamada la profecía de autocumplida. La profecía de auto cumplimiento, es la tendencia para que las expectativas de una persona con respecto a otra, haga que se comporte de una manera considerable con tales expectativas

Keirein (2000) realizó algunas investigaciones sobre el efecto Pigmalión y encontró que cuando los gerentes esperan que sus empleados tengan un buen desempeño, esto en verdad se desempeña bien. En otras palabras, una persona se comporta de una manera positiva para cumplir con las expectativas.

Efecto Gólem: Es la profecía autocumplida en sentido negativo. Ivancevich et al (2006) sostiene que esto ocurre cuando las personas se encuentran de manera negativa para cumplir con bajas expectativas. Dando el mismo ejemplo, si un gerente espera que un empleado tenga un mal desempeño, es probable que en verdad ocurra así. (p.p). 126 – 127.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

Al respecto, Hernández y Mendoza (2018), señalaron que las básicas investigaciones poseen cualidades peculiares, ya que logran que se calcule la teoría y sean modificadas para poder generar nuevas teorías que apoyen nuevas investigaciones parecidas o similares.

En cuanto al diseño de investigación, se trata de un enfoque no experimental, lo que implica que no se manipulan las variables predictoras ni la variable explicativa, y los instrumentos se aplican en un solo momento a los participantes de la muestra (Sánchez & Reyes, 2019). El nivel de estudio se clasifica como correlacional causal, lo que implica que las variables predictoras son consideradas como causas de los resultados en la variable explicativa (Iraossi, 2011).

La investigación básica se enfoca en encontrar nuevas teorías que mejoren, amplíen o respalden mejor una teoría existente. Por lo tanto, la relación que existe con la relación de las variables mencionadas en capítulos anteriores con el fin que los servicios que se brinden en las actividades turísticas incrementen niveles de satisfacción a las expectativas de los clientes.

3.1.2 Diseño de investigación

La investigación es de diseño no experimental, se desarrolla sin hacer algún experimento ni manipulación deliberado de la variable independiente. Se debe observar los eventos como se presentan en sus entornos originarios, para después estudiarlo. Hernández, et al. (2014).

Son descriptivos ya que van a permitir las descripciones de los comportamientos y característica principal de la variable de la investigación, valiéndose del juicio sistematizado que deje instaurar las estructuras o son los comportamientos del fenómeno de análisis, lo cual brinda datos organizados y semejantes a diferentes fuentes Díaz (2009),

Los estudios descriptivos analizan las características de una población o fenómeno sin profundizar en las relaciones entre ellos.

3.2. Variables y operacionalización

3.2.1. Definición conceptual

Calidad de servicios

Uquillas et al. (2022) definieron que la calidad explicable de un juicio de valor subjetivo que describe a la totalidad del rasgo y característica del servicio o producto que influye en sus capacidades que satisfacen la necesidad latente o explícita” (p.131).

3.2.2. Operacionalización de variables

Tabla 1

Matriz de operacionalización de la Variable : Calidad de servicio

Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de valor	Nivel Rango
Confiabilidad	Cronograma,	1 – 5		
	Apoyo, Información		Muy Buena 5	Mala
Responsabilidad	Puntualidad,	6 - 8	Buena 4	(21-56)
	Disposición,		Regular 3	Regular
Seguridad	Confianza,	9 – 12	Mala 2	(57-67)
	Cortesía, Conocimiento		Muy mala 1	Buena
Empatía	Atención,	13 – 16		(68-105)
	Compromiso, Interés			
Bienes, materiales	Equipamiento,	17 - 21		
	Infraestructura, Presencia, información			

Autor: tomado de Parasuraman, Zeithami y Berry (1985) citado por Castillo (febrero 2016).

Metodología

El método a emplear para la presente investigación Descriptiva ya que pretende describir el nivel percepción de la calidad de servicio de la UGEL 02 de San Martín de Porres que presta a los usuarios como entidad pública del área de la educación.

3.3. Población,(criterios de selección) muestra, muestreo, unidad de análisis

Población. Con 352 docentes usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 la cual tiene su ámbito de influencia en los distritos de San Martín de Porres (zona de investigación), Los Olivos, Rímac e Independencia. Bernal (2006), señala que la población está delimitada de acuerdo al entorno y con características comunes

Criterios de inclusión

Se consideraron los (184) usuarios mayores de edad que visita Unidad de gestión educativa local 02 con fines culturales, recreativos y/o intelectuales.

Criterios de exclusión

Personas que no pertenecen a la Unidad de gestión educativa local 02

Muestra: para la presente investigación el tipo de muestra es no probabilística con un tamaño de 184 docentes quienes realizan sus gestiones en la UGEL 02 como órganos descentralizados del Ministerio de Educación.

Para lo que se aplica la siguiente fórmula:

En consecuencia, en consideración con la fórmula realizada por Arkin y Colton (1995) donde $N= 352$, $Z= 1.96$, $d= 0.05$, $P = Q = 0.5$

$$n = \frac{NZ^2PQ}{d^2(N-1) + Z^2PQ}$$

$$n = (1,96^2 * 0.5*0.5 * 352) / (0.5*0,5 (352 -1) + (1. 96^2 * 0.5*0.5) = 183.94$$

Donde n (Tamaño de la muestra) = 184

3.3.3. Muestreo

Según Sánchez y Reyes (2015), permite el cálculo del total de la población, el elemento de la muestra. Para esta investigación se utilizó un muestreo probabilístico simple, mediante el cual los miembros se seleccionan al azar, donde cada elemento de la población tiene la igual posibilidad de ser elegido y donde la muestra que se recogerá en el proceso de encuesta representará a la población de 352 usuarios. El tipo de muestreo es probabilístico aleatorio simple

Esta referido a la forma como se obtiene a los integrantes de la muestra, se empleó el probabilístico simple, para lo cual se obtuvo el marco poblacional, a quienes se le entregó un ticket y el talón a un ánfora, y por sorteo hasta completar el número de la muestra requerida que representa a la población. (Gómez, 2012)

3.3.4. Unidad de análisis.

Ñaupas et al (2018) menciona que con distintos puntos de medición a un punto neutral. Estará integrada por 184 usuarios de la gestión educativa local 02

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

La técnica a emplear fue la encuesta fue, por medio de cuestionarios válidos y confiables se aplica a la muestra a fin de los datos obtenidos proporcionan la información requerida. (Bernal, 2006)

Instrumento de recolección de datos:

El cuestionario de este trabajo está dirigido a los 184 usuarios de la UGEL 02, el mismo que consta de 21 preguntas cerradas que evalúan percepciones, distribuidas en cinco dimensiones que explora a profundidad la opinión de los usuarios

Instrumento

El cuestionario estructurado fue estructurado con preguntas cerradas al estilo Likert para obtener los datos requeridos de la totalidad poblacional. En tanto, Carrasco (2019) lo conceptualizó como el método de recoger, a través de un cuestionario, las opiniones de los encuestados para su posterior análisis.

Validez

Los cuestionarios fueron revisados por tres validadores, quienes coincidieron en que las preguntas de cada uno están relacionadas con los indicadores y dimensiones de las variables de estudio, y consideraron que son válidos y apropiados para su aplicación (Palella y Martins, 2006)

Para la aplicación de los instrumentos será necesario cumplir con las pruebas Validez por medio de Juicio de no menos de 3 expertos y la prueba de confiabilidad, previa prueba piloto en 20 usuarios, pero en el curso del periodo de la formulación del proyecto, La prueba de confiabilidad se llevara a cabo

mediante la Prueba de Alfa de Cronbach por tratarse de instrumento con la escala de respuestas de tipo Likert para la variable tal como se indica en la tabla de operacionalización de las variables ya indicas (Hernández y Duarte, 2018).

3.5. Procedimientos

El director de la UGEL 02, dio la autorización para aplicar los cuestionarios, que fueron de preguntas cerradas para las tres variables, aplicados en solo momento por los encuestadores-El proyecto se formula para definir el tema de investigación previamente decidido, el proyecto y los instrumentos de las encuestas, en concordancia a los autores base: Valderrama. (2013), alcanzado la conformidad y la aprobación del proyecto se procederá con el desarrollo del proyecto para pasar a la elaboración de la tesis también de acuerdo al protocolo y guía oficial de la Universidad.

3.6. Métodos de análisis de datos

Los resultados obtenidos fueron organizados y clasificados por dimensiones, y luego fueron analizados utilizando el software estadístico SPSS para obtener los resultados descriptivos de las variables de estudio. Estos resultados se presentaron en tablas de frecuencias, porcentajes y niveles de percepción de los encuestados. Por otro lado, para realizar el análisis inferencial, se consideró que los niveles de medición de las variables eran ordinales y que algunas variables eran cualitativas. Para contrastar las hipótesis, se utilizó la técnica estadística del coeficiente de correlación logística ordinal. (Abrauch, 2013)

3.7. Aspectos éticos

La investigación ética según. (Koepsell y Ruiz, 2015). Así mismo, para certificar la integridad y ética de la investigación presentada, se deben aplicar los siguientes principios éticos: beneficencia, no maleficencia, autonomía y justicia. Según la UCV (2022) la Beneficencia es una obligación ética de indagación de bienestar de los colaboradores de la investigación, para que el personal docente y administrativo logre buenos resultados y minimice el riesgo de daño. Por ende, me comprometo a cumplir un diseño de exploración que reduzca riesgos potenciales en el proyecto e incremente beneficios de indagación.

En tal sentido la UCV (2022) menciona que la no Maleficencia es un principio básico de la ética es la obligación de no causar daño intencionalmente. Por ende, en esta investigación desempeñara en el deber de no cometer daños deliberadamente en la recolección de datos investigativos.

Por consiguiente, la UCV (2023) detalla que la Autonomía es la cooperación de los participantes de la o las investigaciones, así decidiendo libremente si participan en el estudio o se retiran mientras lo estén considerando en un tiempo específico, es una colaboración entre investigadores voluntariamente acordados. Igualmente, el objetivo de este proceso investigativo es una decisión personal con la visión de cumplir metas profesionales.

Por último, se debe respetar las autorías de las informaciones bibliográficas citando correctamente a los autores. Se Salvaguardarán el anonimato de las personas encuestadas y como se espera compartir los resultados del presente trabajo con las instituciones relacionadas con la gestión educativa local 02.

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis Descriptivo

4.1.1. Análisis descriptivo de la variable Calidad de Servicio Percibida

Tabla 2

Descripción de los niveles de la variable Calidad de Servicio Percibida

Niveles	Frecuencia(fi)	Porcentaje (%)
Mala	55	29,9
Regular	78	42,4
Buena	51	27,7
Total	184	100,0

Fuente: Elaboración Propia del instrumento Escala SERVQUAL

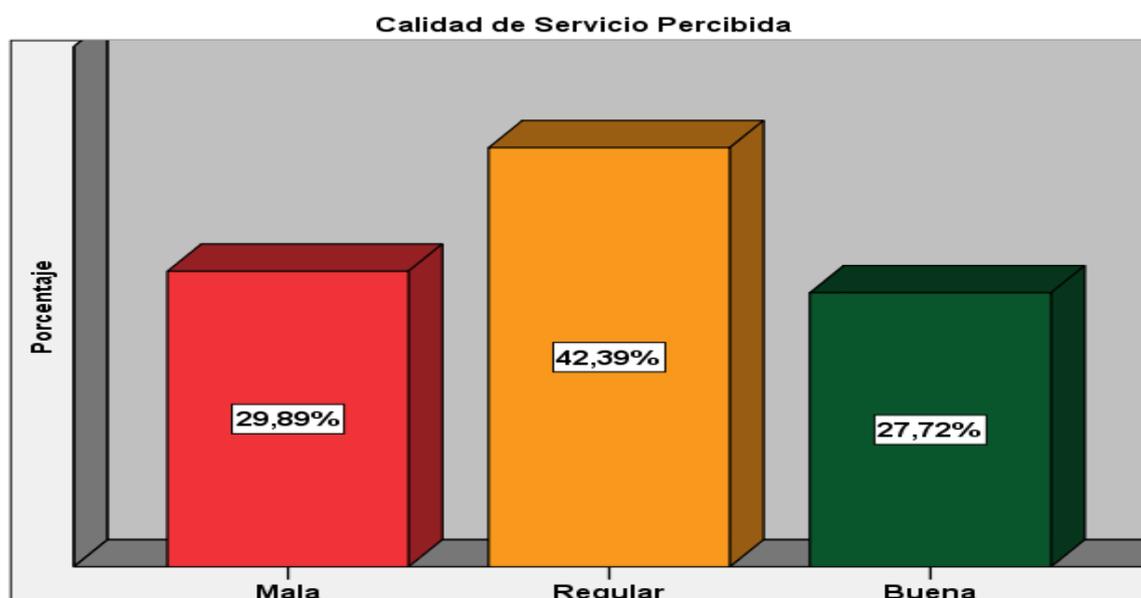


Figura 1: Niveles de la variable Calidad de Servicio Percibida

.Como se observa en la Tabla 2 y en la Figura 1, el 42.39% de los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres manifiestan que perciben la calidad de servicio de manera regular, mientras que un 29.89% refiere que es mala, sin embargo un 27.72% de los trabajadores indica que Buena. De los resultados obtenidos se concluye que la calidad de servicio que perciben los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres tiene tendencia al nivel Regular.

Descripción de las dimensiones de la variable Calidad de Servicio Percibida

Tabla 3.

Descripción de los niveles de la dimensión Confiabilidad

Niveles	Frecuencia(fi)	Porcentaje (%)
Mala	65	35,3
Regular	69	37,5
Buena	50	27,2
Total	184	100,0

Fuente: Elaboración Propia del instrumento Escala SERVQUAL

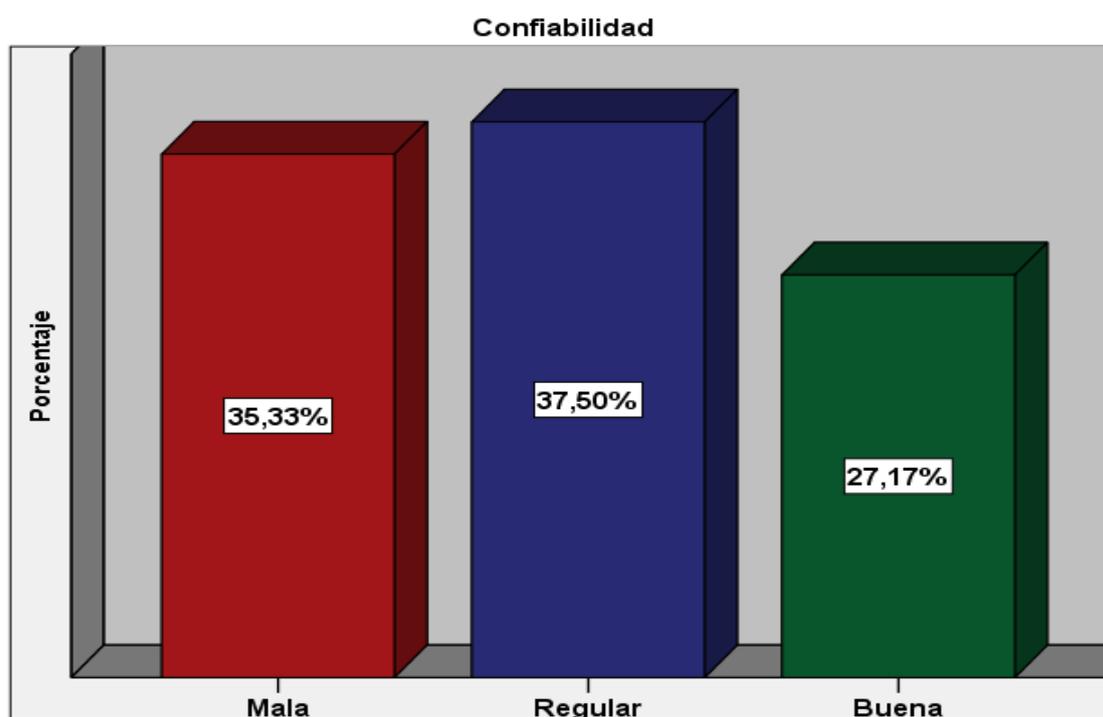


Figura 2: Niveles de la dimensión Confiabilidad

Como se observa en la Tabla 3 y en la Figura 3, en opinión de los usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres el 37.50% refiere que es regular la confiabilidad de la calidad de servicio que brindan, el 35.33% indica que es mala. Sin embargo, un 27.17% que es Buena.

De los resultados obtenidos se concluye que la confiabilidad que perciben los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres t

Tabla 4

Descripción de los niveles de la dimensión Responsabilidad

Niveles	Frecuencia(fi)	Porcentaje (%)
Mala	83	45,1
Regular	79	42,9
Buena	22	12,0
Total	184	100,0

Fuente: Elaboración Propia del instrumento Escala SERVQUAL

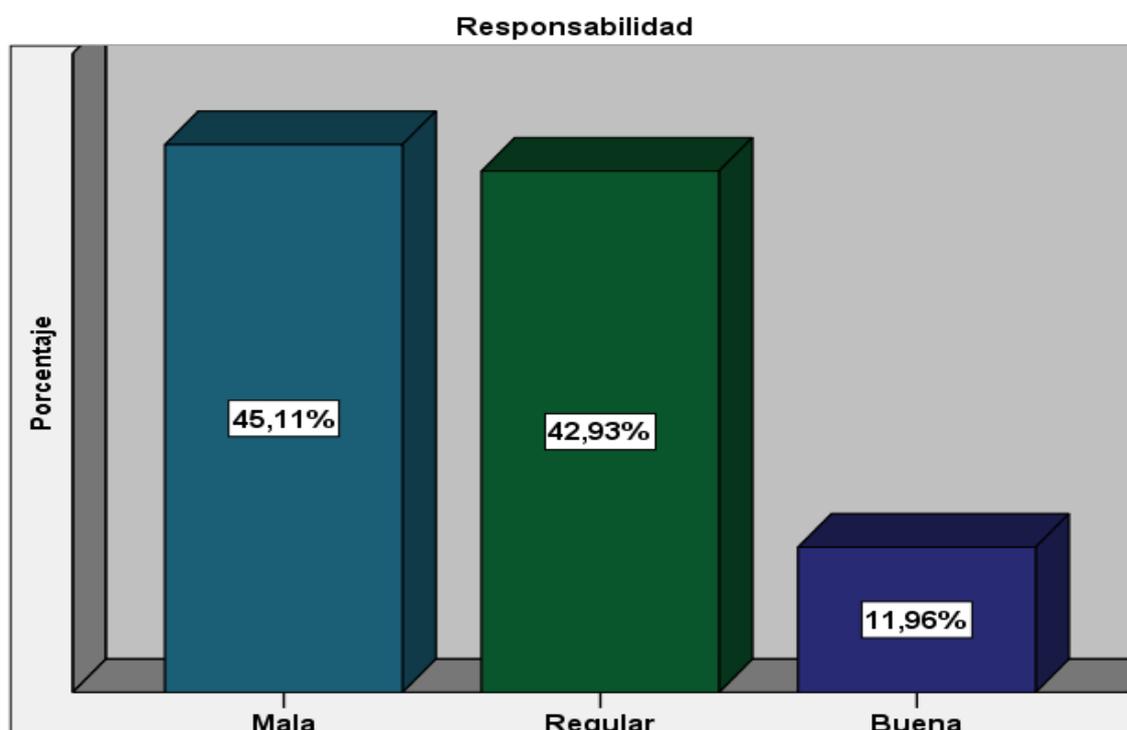


Figura 3 Niveles de la Responsabilidad

Como se observa en la Tabla 4 y en la Figura 3, en opinión de los usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres se tiene que el 45.11% refiere que es regular la responsabilidad de la calidad de servicio que brindan, sin embargo, un 42.93% indica que es Regular y un 11.96% refiere que es Buena.

De los resultados obtenidos se concluye que la Responsabilidad que perciben los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres tiene tendencia al nivel Mala y regular.

Tabla 5

Descripción de los niveles de la dimensión Seguridad

Niveles	Frecuencia(fi)	Porcentaje (%)
Mala	48	26,1
Regular	112	60,9
Buena	24	13,0
Total	184	100,0

Fuente: Elaboración Propia del instrumento Escala SERVQUAL

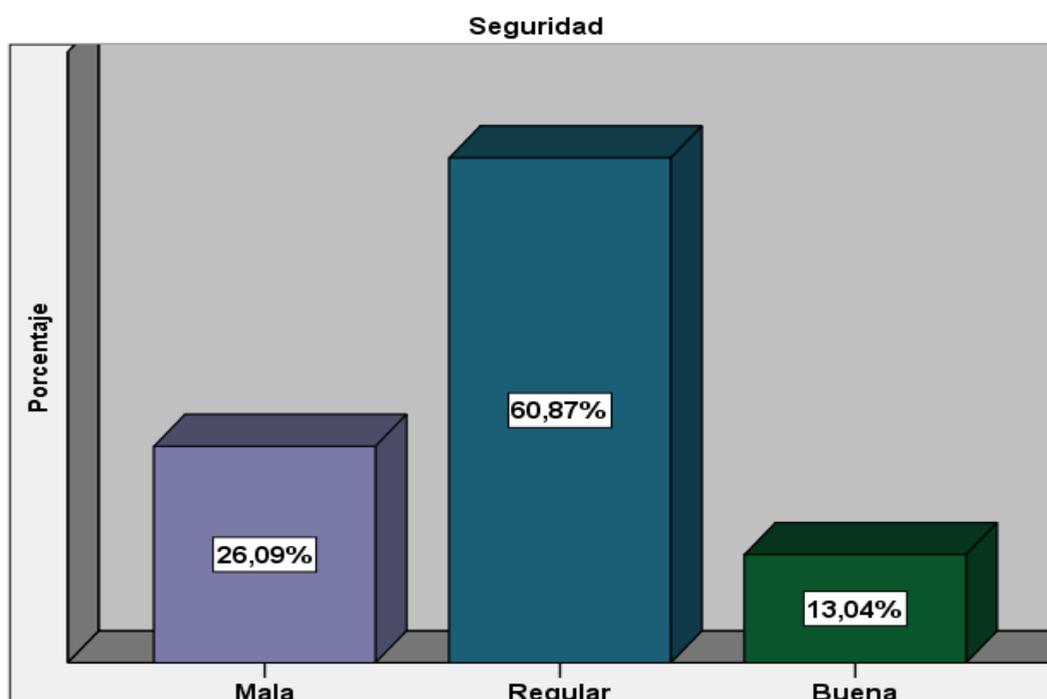


Figura 4: Niveles de la Dimensión Seguridad

Como se observa en la Tabla 5 y en la Figura 4, en opinión de los usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres el 60.87% refiere que es regular la Seguridad de la calidad de servicio que brindan, el 26.09% indica que es mala. Sin embargo, un 13.04% que es Buena.

De los resultados obtenidos se concluye que la Seguridad que perciben los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres tiene tendencia al nivel Regular.

Tabla 6

Descripción de los niveles de la dimensión Empatía

Niveles	Frecuencia(fi)	Porcentaje (%)
Mala	48	26,1
Regular	90	48,9
Buena	46	25,0
Total	184	100,0

Fuente: Elaboración Propia del instrumento Escala SERVQUAL

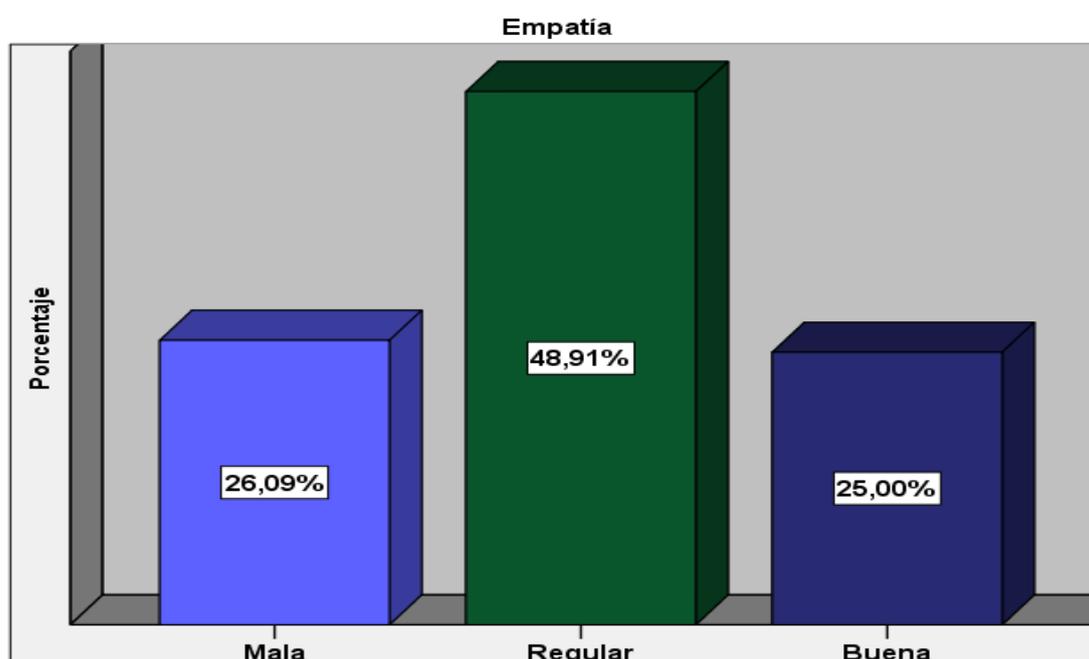


Figura 5: Niveles de la Dimensión Empatía

Como se observa en la Tabla 6 y en la Figura 5, en la percepción de los usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres el 48.91% refiere que es regular la Empatía de la calidad de servicio que brindan, el 26.09% indica que es mala. Sin embargo, un 25.00% que es Buena.

De los resultados obtenidos se concluye que la Empatía que perciben los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres tiene tendencia al nivel Regular.

Tabla 7

Descripción de los niveles de la dimensión Bienes Materiales

Niveles	Frecuencia(fi)	Porcentaje (%)
Mala	64	34,8
Regular	85	46,2
Buena	35	19,0
Total	184	100,0

Fuente: Elaboración Propia del instrumento Escala SERVQUAL

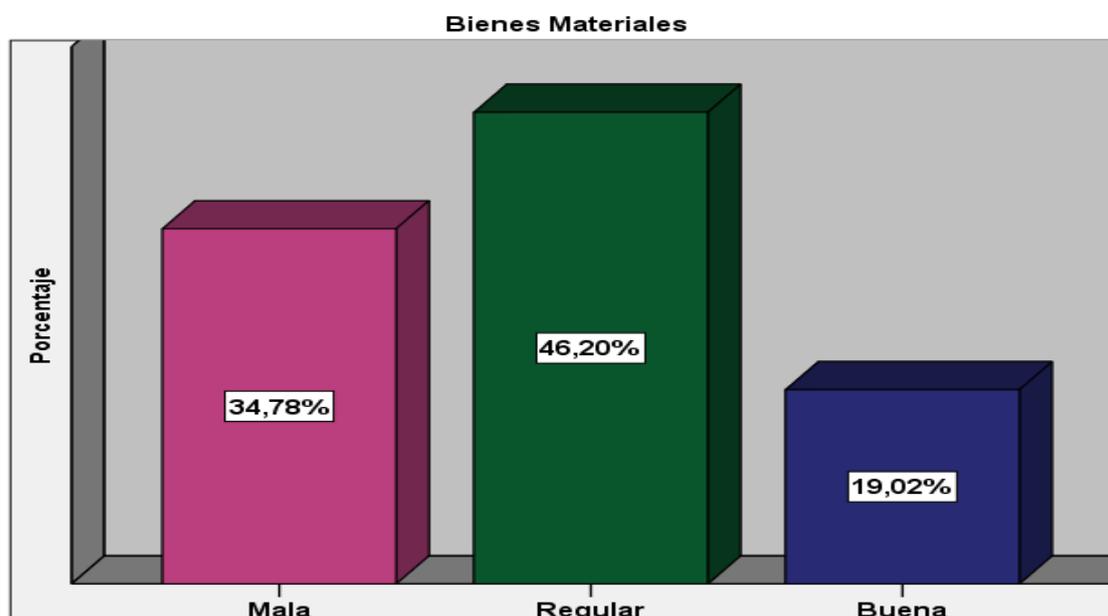


Figura 6: Niveles de los Bienes Materiales

Como se observa en la Tabla 7 y en la Figura 6, en opinión de los usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres se tiene que el 46.20% refiere que es regular los bienes materiales de la calidad de servicio que perciben, sin embargo, un 34.78% indica que es Mala. Por otro lado, un 19.02% refiere que es Buena.

De los resultados obtenidos se concluye los bienes materiales que perciben los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres tiene tendencia al nivel Regular y Mala.

V. DISCUSIÓN

En el estudio de investigación cuyo objetivo es Determinar el nivel de percepción los usuarios respecto a la calidad de servicio de la UGEL 02, se obtuvo que el 42.39% de los Usuarios de la UGEL San Martín de Porres manifestaron que perciben la calidad de servicio de manera regular, por otro lado se evidenció que un 29.89% refiere que es mala la calidad de servicio que perciben, sin embargo un 27.72% de los trabajadores indica que Buena. De los resultados obtenidos se llegó a la conclusión que la calidad de servicio que perciben los Usuarios de la UGEL 02 San Martín de Porres tiene tendencia al nivel Regular.

Para estos resultados se tuvo presente a, Vélez et. al (2020) estudiaron la relación del factor tecnológico y las autogestiones de información, planteando por objetivo: determinar los niveles de satisfacción que percibe el usuario en las incorporaciones de la tecnología de la información y la comunicación en las difusiones y gestiones del proceso del sector turismo. Desarrollando un análisis descriptivo y experimental de enfoque cualitativo con diseño transversal por medio del análisis de la innovación informática introducida en el sector del turismo y la percepción asociada del visitante. Observando el aumento en la tasa de llegada internacional y los gastos turísticos, lo cual contribuyo en los niveles de inversiones en turismo. Encontrando correlación positiva con el empleo y aumenta los crecimientos sectoriales del turismo en la economía de Guayas. Concluyendo que las percepciones del turista siendo de satisfacción alta y que la red social y aplicación móvil sigue ganando adeptos, siendo con más frecuencia la plataforma de Facebook y Booking y dentro del territorio de Guayas, los Kioscos digitales. Para ello Robinns y Judge (2009) sostenía que la percepción es el proceso donde los individuos organizan e interpretan las impresiones de sus sentidos con objeto de asignar significado a su entorno. (p, 124).

Estos resultados se diferencian al estudio de Taño et al., (2020) España, en su estudio investigan la satisfacción con las compras de souvenirs en un destino turístico insular masivo de playa y sol, contrastando los modelos teóricos donde se proponen las influencias de las satisfacciones con el atributo de compra sobre las satisfacciones generales con las compras. En el artículo se aplicó el modelo de ecuaciones estructurales basado en PLS compuesto por la muestra de 134 turistas en Tenerife que han comprado souvenirs durante su estancia en la

isla. El resultado sugirió que las satisfacciones con el atributo de compra de la tienda, la característica del souvenir y sus presentaciones tuvieron influencias positivas en las satisfacciones generales de compras. Pero el atributo como los valores y las funcionalidades, no determinó la satisfacción de compras generales. Este hallazgo contribuyó en la ampliación del estudio acerca de las satisfacciones del turista con souvenir en un destino diferente.

De acuerdo a los objetivos específicos del presente trabajo de investigación la confiabilidad que perciben los Usuarios de la UGEL 02 San Martín de Porres tiene tendencia al nivel Regular y Mala con 37.50% y 35.33% respectivamente, asimismo para la Responsabilidad que perciben los Usuarios de la tiene tendencia al nivel Mala con 45.11%, también para la Seguridad que perciben los Usuarios tiene tendencia al nivel Regular con un 60.87%, para la Empatía que perciben los Usuarios tiene tendencia al nivel Regular indicando un 48.91% y los bienes materiales que perciben los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres tiene tendencia al nivel Regular y Mala con 46.20% y 34.78% respectivamente. Ello nos muestra que la calidad de servicio no es la adecuada y los usuarios la perciben mala o regular. en forma similar Tanković, et al., (2020) en su artículo titulado: Employee communication and soft skills influencing tourists' satisfaction, En este artículo se buscó estudiar las percepciones de los usuarios sobre el efecto de las habilidades de comunicación de los proveedores de servicios educativos. en habilidades blandas y en la satisfacción con el servicio prestado. Los datos primarios se recopilaron utilizando un modelo estructurado cuestionario, mientras que el análisis cuantitativo utiliza el método PLS-SEM. Los resultados muestran que la comunicación y las habilidades en las habilidades blandas. se ve afectada positivamente por ambos. Habilidades de comunicación y habilidades blandas.

En tal sentido se menciona a, Bautista (2021). Perú, en la investigación titulada Nivel de satisfacción de los turistas nacionales que visitan el complejo arqueológico de Cumbe Mayo, teniendo como fin tener conocimiento de los niveles de satisfacción de los nacionales turistas que visitaron el Centro Arqueológico Cumbe Mayo, este estudio fue no experimental y transversal. Contando con la muestra de 359 turistas, utilizando como instrumentos la entrevista, observación y encuesta.

En su resultado revelo que los niveles de satisfacción del turista relacionado con la atención que recibió por la empresa prestadora del servicio, es muy alta, pero se observó una insatisfacción marcada por carencia de correctas señalizaciones en el complejo, de esa forma se reconoció las insatisfacciones notorias Debido a que los turistas carecen de servicios sanitarios, así como de caminos para visitar el complejo. “La Percepción del usuario no es la adecuada. Una de las principales disciplinas que se ha encargado del estudio de la percepción ha sido la psicología y, en términos generales, tradicionalmente este campo ha definido a la percepción como el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización.

No obstante que la percepción ha sido concebida como un proceso cognitivo, hay autores que la consideran como un proceso más o menos distinto señalando las dificultades de plantear las diferencias que ésta tiene con el proceso del conocimiento. Se adhiere Sotelo (2020) su estudio titulado Analizar la calidad de servicio y la influencia en el nivel de satisfacción del visitante al museo arqueológico de la Universidad Católica de Santa María, Arequipa – 2018, buscando la determinación de los intereses, motivaciones y características que más resalta del turista que de manera periódica realiza su visita al Museo Arqueológico, aplicando en esta investigación el cuestionario como instrumento, con una muestra de 365 turistas. En sus resultados se permitió la determinación que el turista nacional y el extranjero poseen distintas preferencias, motivaciones y características, las cuales permiten determinar del servicio su calidad, la cual va corresponder con los niveles de satisfacción de los turistas que visitan preferentemente el Museo.

VI. CONCLUSIONES

Primera: La calidad de servicio que perciben los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres tiene tendencia al nivel Regular en un 42.39%, mientras que un 29.89% refiere que es mala, sin embargo, un 27.72% de los trabajadores indicó que es Buena.

Segunda: La confiabilidad que perciben los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres tiene tendencia al nivel Regular y Mala en un 37.50% y 35.33% Respectivamente. Sin embargo, un 27.17% que es Buena.

Tercera: La Responsabilidad que perciben los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres tiene tendencia al nivel Mala y regular en un 45.11% y 42.93% respectivamente. Por otro lado 11.96% refiere que es Buena.

Cuarta: La Seguridad que perciben los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres tiene tendencia al nivel Regular en un 60.87% y el 26.09% indica que es mala. Sin embargo, un 13.04% indicó que es Buena.

Quinta: La Empatía que perciben los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres tiene tendencia al nivel Regular en un 48.91%, el 26.09% indicó que es mala. Sin embargo, un 25.00% tuvo tendencia Buena.

Sexta: Los bienes materiales que perciben los Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres tienen tendencia al nivel Regular y Mala en un 46.20% y 34.78% respectivamente. Por otro un 19.02% tuvo tendencia Buena

VII. RECOMENDACIONES

Primero: Se sugiere al director de la UGEL 02 establecer Programas de capacitación para mejorar la calidad de servicio, a fin de hacerlos conscientes de su importancia en la satisfacción del usuario.

Segundo: Enseñar a los Usuarios Externos el uso correspondiente del buzón de sugerencias y Libro de Reclamaciones.

Tercero: La percepción de los docentes usuarios, con respecto a la respecto a la confiabilidad de la Unidad de Gestión Educativa Local 02 – 2016, nos invita a mejorar dicha confianza, y demanda a nosotros como colaboradores a proseguir con la mejora continua en cada uno de los Procesos que nos compete servir al usuario en pro de solucionar sus problemas.

Cuarto: La percepción de los usuarios docentes, con respecto a la dimensión Responsabilidad, nos demuestra que los usuarios consideran que por parte de la UGEL existe baja responsabilidad en el cumplimiento del servicio encomendado, por lo que se requiere indagar en que parte del ciclo del servicio se encuentra el problema, si radica en el horario pactado o la destreza con la que se realiza el servicio a fin de mejorar los perfiles del colaborador mediante los talleres de capacitación y proseguir con la supervisión a fin de mejorar la Calidad de Servicio..

REFERENCIAS

- Abrauch, M. (2013). *Metodología de las ciencias sociales*. Antología; México: enep Acatlán
- Alzamora, J y Fernández, M. (2020). El programa viajes culturales como estrategia de marketing en la ciudad sagrada de Caral - Barranca, 2020.
- Álvarez, F. (2007) *Calidad y auditoria en salud*, Bogotá: ecoe ediciones abril.
- Antón, C.; Camarero, C. y Laguna-García, M. (2019). Towards a new approach of destination royalty drivers: satisfaction, visit intensity and tourist motivation. *Current Issues in Tourism*, 35: 1-23.
- Antonietti, B. y Lo Bello, S. (2019). Introducción al turismo. El turismo de intereses especiales. Recuperado de: <https://utntyh.com/wpcontent/uploads/2019/05/Turismo-de-Intereses-Especiales.pdf>
- Arbaiza Fernanadini, Lydia. *Comportamiento Organizacional: bases y Fundamentos*. Editorial: CENGAGE – LERNING, Impreso: Metrocolor S.A. Lima Perú 2011 – 520p.
- Arroio Raimundo, Farías Pedro, Hoffman Nathalie, Lafuente Mariano, Posadas Arnaldo, Blanca Torrico. *Colombia proyecto de eficiencia al servicio del ciudadano* Público Divulgación simultánea, Documento del Banco Interamericano de Desarrollo.
- Arkin, H. y Colton, R. (1995). *Tables for Statisticians*. New York: Barnes & Noble.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (2° ed.). México D. F., México: Pearson Educación de México, S. A. de C. V.
- Chen, C.F y Chen, F.S. (2019). Experience quality, perceived value, satisfacti
- Camarasa Casterá, Juan José La Calidad en la Administración Pública. Revista educar en el 2000 Inspector General de Servicios de la CARM Profesor del Master de Calidad de la Escuela de Negocios de la Universidad de Murcia. Socio fundador del Instituto Murciano para la Excelencia "IMEX" 2004
- Cammaroto Torotoza Agatina Josefina; Canelón Rodríguez Elizabeth del Carmen; Martins Pestana Feliberto; Neris Díaz Luz Maritza *Lliderazgo*

- transformacional y gestión educativa en contextos descentralizados* Revista electrónica Volumen 9, Número 2
- Campos Soto Rosario *Calidad de servicio percibido según modelo Servqual, del hospital Santa María del Socorro, y su relación con la satisfacción de los pacientes, 2008.*
- Campos Soto Rosario *Calidad de servicio percibido según modelo Servqual, del hospital Santa María del Socorro, y su relación con la satisfacción de los pacientes, 2008.*
- Cantú, H. (s.f.). *Desarrollo de una cultura de calidad*. México: McGraw Hill.
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos E.I.R
- Cordova-Buiza, F., Calderon-Sanchez, J. y Chuzon-Canicela, L. (2022). Nivel de Satisfacción del Turista: Evaluación en un Tour Operador Peruano de Aventura. *Revista de negocios de IBIMA*. 2022, 773904. <https://ibimapublishing.com/articles/IBIMABR/2022/773904/>
- Chaudhary, N. (2018). A critical review of conceptual framework of service quality. *Journal of Advances and Scholarly Researches in Allied Education*, 15(3), 190-195. <https://doi.org/10.29070/15/57374>
- De Pedro Paola E. “*La calidad de servicio bancario: una escala de medición*” Tesis de magister en administración. Universidad Nacional del Sur. Argentina 2013.
- Deming,, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos.
- Díaz, V. (2009). *Metodología formal de la investigación científica (2ª ed)*, México: Limusa
- Domínguez, H. (2006) *El servicio invisible fundamento de un buen servicio al cliente*. ECOE ediciones.
- Duque Oliva Edison Jair *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*, INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia. Enero a Junio de 2005
- Farfán Machaco, Y. (2007). *La fiabilidad*. cusco: Editorial moderna, Cusco – Perú.
- Feshback, N. (1984). *Empatía, como experiencia a partir de emociones*.

- González, H. (2006). *Manual de calidad y los procedimientos requeridos*.
- Hernández, A. y Duarte, I. (2018). *Metodología de la Investigación*. (7a. ed.). México: Mc Graw Hill Education
- Hernández, R. y Mendoza, C., (2018). *Metodología d la investigación*. (6a ed.), Editorial Mc Graw-Hill.
- Hernández, R, Fernández, C. y Baptista, P. (2014) *Metodología de la Investigación*, 5ta Edición, México D.F,
- Iraossi, G. (2011) *Metodología de la investigación* Santiago de Chile: Santillana
- Kayat, K., & Hai, M. A. (2014). Perceived service quality and tourists' cognitive image of a destination. *Anatolia – An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 25(1), 1-12. <http://doi.org/10.1080/13032917.2013.814580>
- Koepsell, D. y Ruiz, M. (2015). *Ética de la investigación*. Editorial editarte • Ixtacihuatl Alpizar / elhuerto. https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2015/10/Etica_de_la_Investigacion_e_Integridad_Cientifica-rustica-D.pdf
- López Rodas Ana del Pilar(2004) Tesis para optar el grado de magister en educación con mención en gestión educativa *Percepciones de los directores respecto a la importancia y aplicabilidad de las actuales normas de gestión educativa* Universidad Nacional Mayor de San marcos Lima 2004.
- Martínez Ramírez, A. (2005). *Manual de Gestión y mejora de procesos*. México: El Manual Moderno, S.A., México, D.F.
- Mejías, A., Godos, E., Piña, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. *Revista Científica Compendium*; 21(40). <https://revistas.uclave.org/index.php/Compendium/article/view/1656>
- Müller de la Lama, E. (1999). *Cultura de calidad de servicio* . México: Trillas.
- Ñaupas, H. et al. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa y redacción de la tesis*. (5ta. Edición). Bogotá – Colombia: Impresión DGP editores SAS.

- Organización Mundial de Turismo (2019). *Cooperación entre Sectores Público y Privado Mejorando la Competitividad Turística*. Madrid, España
- Oviedo Gilberto Leonardo, *La definición del concepto de percepción en psicología con base en la Teoría Gestalt*, Revista de Estudios Sociales Print version ISSN 0123-885X.
- Parella, S., y Martins, F. (2006). *Metodología de la investigación cuantitativa* (2° ed.). Caracas, Venezuela: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. FEDUPEL.
- Parasuraman, A., V. Zeithaml, V y Berry, L (1988). "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality". *Journal of Retailing*. Vol. 64, Issue 1, pp. 12-40. 1988.
- Publica Gasteiz - Vitoria, junio de 2007. *Percepción de los españoles en la administración Pública*. Congreso internacional sobre gestión de recursos humanos en la administración Carles Ramió Profesor de Ciencia Política y de la Administración en la Universitat Pompeu Fabra.
- Rev. enferm. vanguard. 2013; 1(1): 16-20 Ica Perú- 2008.
- Ruiz López Joaquín, por encargo del CLAD *Calidad en la gestión pública: del azar a la necesidad*, Documento para la consideración de la XIV Conferencia Iberoamericana de Ministras y Ministros de la Administración Pública y Reforma del Estado México, D.F.,
- Sánchez, H y Reyes, C, (2015). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Sukiman, M., Omar, Sh., Muhibudin, M., Yussof, I., & Mohamed, B. (2013). Tourist satisfaction as the key to destination survival in Pahang. 48 INNOVAR VOL. 31, NÚM. 81, JULIO-SEPTIEMBRE DEL 2021 *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 91, 78-87. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.404>
- Tanković, A.C., Vitezić, V 2 Y Kraljić, V. (2020). Employee communication and soft skills influencing tourists' satisfaction. *Varna University Of Management*

- Taño, Gutiérrez, D; Hernández Méndez Gernández, J.; Díaz Armas, Armas ,R J(2020). Satisfacción del turista con la experiencia de compra de souvenirs: el caso de un destino insular masivo de sol y playa Universidad de La Laguna
- Thompson, A., & Sunol, R. (1995). *Expectations as determinants of patient satisfaction: Concepts, theory and evidence*. International Journal for Quality in.
- Tosun, C., Dedeođlu, B. B., & Fyall, A. (2015). Destination service quality, affective image and revisit intention: The moderating role of past experience. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(4), 222-234. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.08.002>
- Truong, T. -H., & Foster, D. (2006). Using holsat to evaluate tourist satisfaction at destinations: The case of Australian holidaymakers in Vietnam. *Tourism Management*, 27(5), 842-855. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.008>
- Uquillas, J. A., Spierings, J., van der Lande, A., Eren, A. D., Bertrand, M., Yuan, H., et al. (2022). An off-the-shelf decellularized and sterilized human bone-ACL-bone allograft for anterior cruciate ligament reconstruction. *J. Mech. Behav. Biomed. Mater* 135, 105452. doi:10.1016/j.jmbbm.2022.105452
- Valderrama, S. (2013). *Metodología de la investigación*. (4ª ed.). México: Limusa.
- Vélez, Cecilia; Alejo, Oscar J.; Tafur, Guillermo y Bustamante, Miguel A.. Análisis de la satisfacción del turista con relación a factores tecnológicos y la autogestión de la información. *Inf. tecnol.* [online]. 2020, vol.31, n.4, pp.61-70. ISSN 0718-0764. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400061>.
- Ventura Castillo, Zully Melina “*Satisfacción laboral en docentes-directivos con sección a cargo de cuatro instituciones de educación inicial pertenecientes a la UGEL 07*” Tesis para optar el Grado de Magister en Educación con mención en Gestión Educativa. Pontificia Universidad católica del Perú. 2012

- Vera, J y Trujillo, A. "El efecto de la calidad del servicio en la satisfacción del derechohabiente en instituciones públicas de salud en México". Contaduría y administración.
- Zabkar, V., Brencić, M. M., & Dmitrović, T. (2010). Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioral intentions at the destination level. *Tourism Management*, 31(4), 537-546. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.005>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. (2007). *Calidad total en la gestión de servicios*. Editorial Díaz de Santos
- Zeithman, V. A., & Bitner, J. (2002). *Marketing de servicio.*, Fic Graw-Hill Interamericana 2002.

ANEXOS

Anexo 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: LA CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA VARIA SEGÚN LAS CONDICIONES LABORALES DE LOS GESTIÓN EDUCATIVA LOCAL 02 - 2016”

AUTOR: Bach, Chinchayan Paredes, William Ricardo

PROBLEMA	OBJETIVOS		VARIABLES		
<p>Problema principal:</p> <p>¿Cómo varía la calidad del servicio percibida por los usuarios según su característica ocupacional respecto a la unidad de gestión educativa local 02 - 2016?</p> <p>Problemas secundarios:</p> <ol style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el nivel de percepción de los usuarios respecto a la confiabilidad de la Unidad de Gestión Educativa Local 02 - 2016? ¿Cuál es el nivel de percepción de los usuarios en relación a la responsabilidad de la Unidad de Gestión Educativa Local 02 - 2016? ¿Cuál es el nivel de percepción de los usuarios en relación a la seguridad de la Unidad de Gestión Educativa Local 02 - 2016? ¿Cuál es el nivel de percepción de los usuarios en relación a la empatía de la Unidad de Gestión Educativa Local 02 - 2016? ¿Cuál es el nivel de percepción de los usuarios sobre los bienes materiales de la Unidad de Gestión Educativa Local 02 - 2016? 	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar el nivel de percepción los usuarios según su característica ocupacional de la calidad de servicio de la Unidad de Gestión Educativa Local 02.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar el nivel de percepción de los usuarios respecto a la confiabilidad de la Unidad de Gestión Educativa Local 02 - 2016. Determinar el nivel de percepción de los usuarios en relación a la responsabilidad Unidad de Gestión Educativa Local 02 - 2016. Determinar el nivel de percepción de los usuarios en relación a la seguridad de la Unidad de Gestión Educativa Local 02 - 2016. Determinar el nivel de percepción de los usuarios en relación a la empatía de la Unidad de Gestión Educativa Local 02 - 2016 Determinar la percepción de los usuarios sobre los bienes materiales de la Unidad de Gestión Educativa Local 02- 2016. 	<p>Dimensiones</p> <p>Confiabilidad responsabilidad seguridad empatía bienes materiales</p>	<p>Variable 1: (X) Calidad de servicio</p> <p>Indicadores</p> <p>Ítems</p> <p>1 – 6 – 9 – 1 13 – 17 – 2</p>		
			<p>Variable 2</p>		
		<p>Dimensiones</p>	<p>Indicadores</p>	<p>Ítems</p>	
<p>TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>TIPO: de nivel Básico</p> <p>DISEÑO: No experimental, de corte transversal</p> <p>MÉTODO: Hipotético deductivo</p>	<p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p> <p>POBLACIÓN: Considerado por 5000 usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02</p>	<p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</p> <p>Variable 1: Calidad de servicio</p> <p>Técnicas: Entrevista</p> <p>Instrumentos: Escala SERVQUAL</p> <p>Autor: Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry</p>	<p>ESTADÍSTICAS</p> <p>Probabilístico estratificada considerada por los profesores en Directivos (Directores) (Jefes de Laboratorio)</p>		

<p>TIPO: de nivel Básico DISEÑO: No experimental, de corte transversal MÉTODO: Hipotético deductivo</p>	<p>San Martín de Porres TIPO DE MUESTRA: no probabilístico al azar TAMAÑO DE MUESTRA: 184 profesores del nivel secundaria</p>	<p>Año: 1988 Monitoreo: Ámbito de Aplicación: Usuarios de la Unidad de gestión educativa local 02 San Martín de Porres Forma de Administración</p>	
--	---	---	--

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

ENCUESTA DIRIGIDO A DOCENTES USUARIOS UGEL 02 – SAN MARTÍN DE PORRES - LIMA

Señor(a) Docente.

La presente encuesta es parte de una investigación, que tiene como objetivo determinar la expectativa de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local N° 02, y mejorar la atención a los usuarios, Los datos que recolecte son de carácter anónimo y confidencial por lo que le solicito ser absolutamente sincero al responder la presente anticipadamente le agradecemos por colaboración

N °	DIMENSIONES / ítems	CALIFICACIÓN				
		A	B	C	D	E
	DIMENSIÓN : Confiabilidad					
1	Cuando una UGEL excelente promete hacer algo en un tiempo determinado, Lo cumple	5	4	3	2	1
2	Cuando un usuario tiene un problema una UGEL muestra sincero interés por resolverlo.	5	4	3	2	1
3	Una UGEL excelente desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez	5	4	3	2	1
4	Una UGEL excelente proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo.	5	4	3	2	1
5	Una UGEL excelente mantiene informados a los usuarios sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios	5	4	3	2	1
	DIMENSIÓN: Responsabilidad	5	4	3	2	1
6	Los empleados de una UGEL excelente brindan el servicio con prontitud a los usuarios.	5	4	3	2	1
7	Los empleados de una UGEL excelente siempre se muestran dispuestos a ayudar a los usuarios.	5	4	3	2	1
8	Los empleados de una UGEL excelente nunca están demasiado ocupados como para no atender a un usuario	5	4	3	2	1
	DIMENSIÓN: Seguridad	5	4	3	2	1
9	El comportamiento de los empleados de una UGEL excelente le inspira confianza.	5	4	3	2	1
10	Al realizar trámites con una UGEL excelente el usuario se debe sentir seguro	5	4	3	2	1
11	Los empleados de una UGEL excelente tratan a los usuarios siempre con cortesía	5	4	3	2	1
12	Los empleados de una UGEL excelente cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los usuarios	5	4	3	2	1
	DIMENSIÓN : Empatía	5	4	3	2	1
13	Una UGEL excelente le brinda atención individual.	5	4	3	2	1
14	Una UGEL excelente cuenta con empleados que le brindan atención personalizada	5	4	3	2	1
15	Una UGEL excelente se preocupa de cuidar los intereses de sus usuarios	5	4	3	2	1
16	Los empleados de una UGEL excelente entienden sus necesidades específicas	5	4	3	2	1
	DIMENSIÓN : Bienes tangibles	5	4	3	2	1
17	La apariencia de los equipos de una UGEL excelente es moderna	5	4	3	2	1
18	Las instalaciones físicas de una UGEL excelente son visualmente	5	4	3	2	1

	atractivas					
19	La presentación de los empleados de una UGEL excelente es buena	5	4	3	2	1
20	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de una UGEL excelente son visualmente atractivos	5	4	3	2	1
21	Los horarios de actividades de una UGEL excelente son convenientes	5	4	3	2	1

ENCUESTA DIRIGIDO A DOCENTES USUARIOS UGEL 02 – SAN MARTÍN DE PORRES - LIMA

Señor(a) Docente.

La presente encuesta es parte de una investigación, que tiene como objetivo determinar la Percepción de los usuarios de la Unidad de Gestión Educativa Local N° 02, y mejorar la atención a los usuarios, Los datos que recolecte son de carácter anónimo y confidencial por lo que le solicito ser absolutamente sincero al responder la presente anticipadamente le agradecemos por colaboración

N °	DIMENSIONES / ítems	CALIFICACIÓN				
		A	B	C	D	E
	DIMENSIÓN : Confiabilidad					
1	Cuando la UGEL02 promete cumplir algo en un tiempo determinado, Lo cumple	5	4	3	2	1
2	Cuando un usuario tiene un problema la UGEL02 muestra sincero interés en resolverlo.	5	4	3	2	1
3	La UGEL02 desempeña bien el servicio a la primera vez	5	4	3	2	1
4	La UGEL cumple con los servicios en el tiempo que promete hacerlo.	5	4	3	2	1
5	El personal de la UGEL02 informa a los usuarios adecuadamente sobre los procedimientos que se van a seguir para emplear los servicios.	5	4	3	2	1
	DIMENSIÓN: Responsabilidad	5	4	3	2	1
6	Los empleados de la UGEL02 brindan un servicio con prontitud a los usuarios.	5	4	3	2	1
7	Los empleados de la UGEL02 siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.	5	4	3	2	1
8	Los empleados de la UGEL02 nunca están demasiado ocupados para atender a un usuario	5	4	3	2	1
	DIMENSIÓN : Seguridad	5	4	3	2	1
9	El comportamiento de los empleados de la UGEL02 les inspira confianza a los usuarios.	5	4	3	2	1
10	El usuario al realizar trámites en la UGEL02, se siente seguro.	5	4	3	2	1
11	Los empleados de la UGEL02 tratan a los usuarios con cortesía.	5	4	3	2	1
12	Los empleados de la UGEL02 el conocimiento suficiente para responder las consultas de los usuarios.	5	4	3	2	1
	DIMENSIÓN: Empatía	5	4	3	2	1
13	La UGEL02 brinda atención individual a los usuarios.	5	4	3	2	1
14	La UGEL02 cuenta con empleados que brindan atención personalizada	5	4	3	2	1
15	La UGEL02 se preocupa de velar por los intereses de sus usuarios	5	4	3	2	1
16	Los empleados de la UGEL02 entienden las necesidades específicas de los usuarios	5	4	3	2	1
	DIMENSIÓN: Bienes tangibles	5	4	3	2	1
17	La UGEL cuenta con equipos de apariencia modernos.	5	4	3	2	1
18	Las instalaciones físicas de la UGEL son visualmente atractivas.	5	4	3	2	1
19	La presentación de los empleados de la UGEL tiene una buena presencia	5	4	3	2	1
20	Los materiales (folletos o catálogos) de la UGEL son visualmente atractivos.	5	4	3	2	1
21	Los horarios de actividades de la UGEL son convenientes	5	4	3	2	1

Anexo 3: Base Datos

RESULTADOS DE ENCUESTAS QUE MIDEN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA UGEL 02 (SERVQUAL)																										
	DIMENSIÓN 1						DIMENSIÓN 2				DIMENSIÓN 3					DIMENSIÓN 4					DIMENSIÓN 5					suma
	P1	P2	P3	P4	P5	Suma	P6	P7	P8	Suma	P9	P10	P11	P12	Suma	P13	P14	P15	P16	Suma	P17	P18	P19	P20	P21	
1	4	4	4	3	3	18	3	4	4	11	5	4	3	3	15	3	3	4	3	13	2	3	3	3	2	13
2	4	3	4	3	3	17	4	4	4	12	4	3	3	5	15	4	4	4	2	14	3	3	2	3	1	12
3	5	5	3	3	3	19	3	3	3	9	3	4	3	2	12	2	4	2	4	12	4	4	3	3	2	16
4	3	2	3	4	5	17	4	3	5	12	3	3	3	3	12	3	4	3	4	14	4	3	2	3	2	14
5	3	4	4	3	3	17	3	5	3	11	3	2	3	3	11	4	4	4	3	15	3	4	3	3	2	15
6	3	3	2	2	3	13	3	4	3	10	4	3	3	3	13	3	3	3	4	13	3	4	2	4	2	15
7	3	3	3	4	3	16	4	3	3	10	2	3	3	3	11	4	4	4	4	16	2	2	3	3	1	11
8	3	1	3	4	3	14	4	4	3	11	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14	2	3	4	3	4	16
9	2	4	2	5	4	17	3	5	3	11	3	2	4	2	11	5	3	5	2	15	2	3	3	3	2	13
10	2	2	4	3	2	13	3	3	3	9	3	4	3	3	13	3	4	5	4	16	3	2	3	3	5	16
11	4	2	4	3	4	17	4	3	4	11	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	3	3	2	4	2	14
12	2	2	3	3	3	13	3	4	3	10	3	4	5	3	15	5	3	4	3	15	4	4	3	3	2	16
13	4	2	4	3	3	16	3	4	3	10	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13	2	3	4	4	1	14
14	4	3	4	3	3	17	4	3	4	11	3	3	2	2	10	3	3	3	3	12	3	3	3	3	1	13
15	5	5	3	2	2	17	3	3	5	11	3	2	3	3	11	4	4	4	4	16	2	4	3	3	2	14
16	3	2	3	5	3	16	3	4	3	10	3	3	3	3	12	4	4	3	3	14	4	3	3	4	5	19
17	3	4	4	3	3	17	3	3	4	10	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13	2	4	3	3	2	14
18	3	2	3	4	5	17	4	3	3	10	3	3	3	3	12	3	4	4	4	15	3	3	4	4	5	19
19	3	4	4	3	3	17	3	3	4	10	3	3	5	3	14	4	3	3	3	13	3	3	3	2	3	14
20	3	3	2	2	3	13	4	3	3	10	2	2	3	3	10	3	4	3	3	13	4	3	3	2	3	15
21	3	3	2	4	2	14	3	4	3	10	3	3	3	1	10	3	3	4	4	14	2	3	3	4	3	15
22	3	3	3	4	3	16	4	3	3	10	3	3	5	3	14	4	3	3	3	13	3	4	2	3	2	14
23	2	4	3	5	4	18	4	4	3	11	2	2	5	3	12	3	3	3	3	12	3	2	4	4	5	18
24	2	2	4	3	3	14	3	4	3	10	1	2	2	3	8	4	3	3	4	14	3	4	2	4	2	15
25	4	2	4	3	4	17	3	3	4	10	4	3	2	2	11	3	3	3	4	13	5	4	3	2	4	18
26	2	2	2	3	3	12	3	3	4	10	3	4	3	3	13	2	3	4	3	12	3	3	4	5	3	18
27	4	2	4	2	3	15	3	3	4	10	3	3	3	3	12	4	4	3	3	14	4	2	5	2	3	16
28	4	3	4	2	3	16	4	3	3	10	3	4	3	3	13	3	4	4	3	14	2	3	3	2	5	15
29	5	5	3	2	3	18	3	3	4	10	5	1	3	3	12	4	2	4	3	13	4	3	3	5	2	17
30	4	4	4	3	3	18	3	4	4	11	5	4	2	3	14	4	3	5	3	15	1	3	2	2	1	9
31	4	3	4	3	3	17	4	4	3	11	4	2	3	5	14	3	3	5	4	15	2	3	1	3	2	11
32	5	5	3	3	3	19	3	3	4	10	3	4	3	2	12	3	3	3	4	13	3	3	2	3	1	12
33	3	5	3	4	5	20	4	3	5	12	3	3	4	5	15	3	3	3	3	12	2	2	2	3	3	12
34	3	4	4	3	3	17	3	5	3	11	3	2	2	3	10	3	3	4	5	15	1	3	3	3	3	13
35	4	3	3	3	3	16	3	4	3	10	4	3	3	2	12	4	3	4	4	15	2	3	2	3	1	11
36	3	3	3	4	2	15	4	3	3	10	4	3	3	5	15	3	3	5	3	14	3	1	3	3	2	12
37	4	4	5	4	3	20	4	3	4	11	4	3	3	3	13	4	5	3	3	15	3	3	3	3	1	13
38	2	4	3	5	4	18	3	5	3	11	3	2	4	3	12	4	4	3	5	16	3	3	2	3	2	13
39	3	2	4	3	2	14	5	4	5	14	3	4	3	3	13	2	4	3	4	13	3	3	3	2	1	12
40	4	3	4	3	4	18	4	5	4	13	4	3	2	5	14	5	3	3	4	15	3	2	1	1	3	10
41	2	2	3	3	3	13	3	3	5	11	2	4	5	3	14	3	3	3	3	12	3	2	3	2	3	13
42	4	2	4	5	3	18	4	3	3	10	2	3	5	3	13	4	3	3	4	14	2	3	3	2	2	12
43	4	4	4	3	3	18	4	3	4	11	3	2	2	3	10	5	3	3	3	14	3	3	2	2	2	12
44	5	5	3	5	3	21	5	4	5	14	3	2	3	4	12	4	3	4	3	14	1	4	3	2	2	12
45	3	3	3	5	2	16	5	3	4	12	3	3	2	3	11	5	4	3	3	15	2	2	1	3	3	11
46	4	4	4	3	3	18	5	4	4	13	4	3	3	3	13	3	3	4	3	13	2	3	3	2	2	12

47	3	2	3	1	3	12	4	5	3	12	2	3	3	5	13	3	4	5	3	15	3	2	3	2	3	13
48	3	3	5	2	3	16	4	5	5	14	4	2	4	3	13	3	4	5	4	16	3	3	3	3	2	14
49	3	3	2	3	2	13	3	5	3	11	3	2	3	1	9	3	3	3	5	14	2	2	1	2	4	11
50	3	5	3	1	3	15	4	4	4	12	3	3	2	5	13	4	4	3	5	16	3	3	4	2	3	15
51	3	2	2	3	2	12	4	4	5	13	4	3	3	5	15	5	4	3	3	15	2	3	3	3	2	13
52	3	5	3	3	5	19	4	4	5	13	3	4	2	2	11	3	5	3	3	14	1	3	4	2	3	13
53	3	3	1	2	1	10	5	5	5	15	3	4	3	4	14	4	3	5	3	15	2	5	1	3	2	13
54	2	3	3	2	3	13	4	5	4	13	2	3	4	1	10	3	4	3	4	14	2	3	2	1	5	13
55	2	2	1	3	4	12	3	4	3	10	2	3	2	3	10	3	4	3	4	14	3	3	2	5	3	16
56	3	3	2	4	3	15	4	3	4	11	3	3	4	3	13	3	3	4	4	14	2	3	3	3	2	13
57	3	2	2	5	3	15	4	5	3	12	4	5	5	3	17	3	4	5	5	17	3	3	2	3	5	16
58	3	3	2	2	2	12	4	4	5	13	1	4	3	3	11	3	3	3	3	12	3	2	3	3	2	13
59	3	3	4	4	4	18	4	4	4	12	2	4	4	4	14	3	3	4	4	14	2	5	4	2	3	16
60	4	3	2	2	3	14	3	4	5	12	4	3	3	2	12	4	3	5	4	16	3	1	2	2	2	10
61	4	3	4	4	2	17	4	5	5	14	2	4	3	2	11	3	4	5	4	16	2	4	4	4	1	15
62	4	1	4	4	3	16	4	3	3	10	4	2	3	4	13	4	3	5	4	16	2	3	4	3	2	14
63	2	4	2	5	4	17	3	5	5	13	3	2	4	2	11	5	4	5	4	18	2	3	2	3	2	12
64	2	4	4	3	4	17	5	4	5	14	2	4	3	3	12	3	4	5	4	16	3	4	3	4	2	16
65	4	4	4	3	4	19	4	4	5	13	4	3	2	2	11	2	3	3	2	10	3	3	4	2	2	14
66	2	4	3	3	3	15	3	5	5	13	2	4	5	3	14	5	3	4	3	15	2	4	3	3	2	14
67	4	2	4	2	3	15	4	4	5	13	4	3	2	1	10	4	3	5	3	15	2	4	4	2	4	16
68	4	3	4	3	17	4	5	4	13	3	2	2	2	9	3	5	3	3	14	3	2	2	2	2	4	13
69	5	5	3	2	2	17	5	3	5	13	3	2	3	2	10	3	4	4	5	16	2	2	3	3	2	12
70	3	4	3	5	4	19	3	4	3	10	2	3	4	4	13	4	4	3	5	16	4	3	2	4	4	17
71	3	4	4	3	2	16	5	4	4	13	4	3	3	3	13	4	3	2	3	12	4	4	3	3	2	16
72	2	3	2	2	5	14	5	3	5	13	2	3	3	2	10	4	4	3	2	13	2	3	2	2	4	13
73	1	2	2	2	3	10	4	3	4	11	5	4	4	5	18	3	3	4	4	14	5	3	2	3	4	17
74	3	3	2	2	3	13	5	4	3	12	4	3	3	2	12	2	3	3	5	13	3	1	2	4	2	12
75	3	3	2	4	2	14	4	5	5	14	2	2	3	2	9	4	4	3	5	16	4	4	2	4	1	15
76	3	4	2	4	3	16	4	3	4	11	4	2	3	2	11	4	3	4	5	16	2	3	1	3	4	13
77	2	4	2	5	4	17	3	5	5	13	3	2	4	2	11	5	4	5	2	16	4	3	2	3	2	14
78	2	2	4	3	2	13	3	4	4	11	2	4	3	3	12	3	4	5	4	16	3	2	3	4	4	16
79	4	2	4	3	4	17	4	4	4	12	4	3	2	2	11	5	3	3	4	15	3	3	2	2	2	12
80	2	2	2	3	3	12	3	4	4	11	4	4	5	3	16	5	3	4	3	15	4	4	3	3	2	16
81	4	2	4	2	3	15	4	4	3	11	4	3	4	1	12	4	3	4	5	16	2	2	4	4	4	16
82	4	3	4	2	3	16	4	3	4	11	3	2	2	2	9	4	4	3	3	14	3	2	2	2	4	13
83	5	5	3	2	4	19	4	4	5	13	3	2	3	2	10	4	4	4	5	17	2	2	3	3	2	12
84	3	2	3	5	2	15	3	3	5	11	4	3	4	2	13	4	4	3	5	16	4	3	2	2	4	15
85	3	4	4	3	2	16	3	3	4	10	4	3	3	3	13	2	3	2	3	10	4	4	3	3	4	18
86	4	2	2	4	3	15	4	4	5	13	2	2	2	4	10	4	3	3	3	13	2	3	3	2	4	14
87	3	3	2	2	2	12	4	5	4	13	4	4	4	3	15	4	5	3	3	15	2	2	3	4	4	15
88	5	5	3	2	2	17	4	3	5	12	3	2	3	2	10	4	4	2	3	13	2	2	3	3	2	12
89	3	2	3	5	2	15	3	3	5	11	2	3	2	2	9	2	4	2	5	13	4	3	2	2	1	12
90	3	4	4	3	2	16	4	4	4	12	4	3	3	3	13	4	4	2	2	12	2	1	3	3	2	11
91	2	3	2	2	5	14	5	5	5	15	2	3	3	2	10	2	4	3	5	14	2	3	2	2	2	11
92	1	2	2	2	3	10	4	5	4	13	5	4	2	5	16	3	3	4	4	14	5	3	2	3	2	15
93	3	3	2	2	3	13	5	4	4	13	4	3	3	2	12	2	5	4	2	13	3	1	2	2	2	10
94	3	3	2	4	2	14	4	5	5	14	2	2	3	2	9	3	4	2	5	14	2	2	2	1	1	8
95	3	1	2	4	3	13	4	5	5	14	2	2	3	2	9	2	3	5	4	14	2	3	1	3	2	11
6	2	4	2	5	4	17	3	5	5	13	3	2	4	2	11	5	2	5	3	15	2	3	2	3	2	12
97	2	2	4	3	2	13	3	5	4	12	2	4	3	3	12	3	2	5	4	14	3	2	3	2	2	12
98	4	2	4	3	4	17	4	5	4	13	4	3	2	2	11	3	4	2	5	14	3	3	2	2	2	12
99	3	1	2	4	3	13	4	3	4	11	2	2	3	2	9	5	3	4	3	15	2	3	1	3	2	11
100	2	4	2	5	4	17	5	5	3	13	3	2	4	2	11	5	4	5	3	17	2	3	2	3	2	12
101	2	2	4	3	2	13	5	5	4	14	2	4	3	3	12	3	4	5	3	15	3	2	3	2	2	12
102	4	2	4	3	4	17	4	4	4	12	4	3	2	2	11	2	3	3	4	12	3	3	2	2	2	12
103	2	2	2	3	3	12	3	4	5	12	2	4	5	3	14	5	4	2	3	14	2	1	3	3	2	11
104	4	2	4	2	3	15	5	4	5	14	2	3	2	1	8	4	3	2	2	11	2	2	4	2	1	11
105	4	3	4	2	3	16	4	5	5	14	3	2	2	2	9	2	5	3	3	13	3	2	2	2	1	10
106	5	5	3	2	2	17	3	4	5	12	3	2	3	2	10	2	4	2	5	13	2	2	3	3	2	12
107	3	2	3	5	2	15	5	4	4	13	4	3	2	2	11	2	4	3	4	13	4	3	2	2	1	12
108	3	4	4	3	2	16	5	2	4	11	4	3	3	3	13	2	3	4	2	11	2	1	3	3	2	11
109	3	3	1	2	1	10	5	3	4	12	3	2	1	2	8	5	2	4	3	14	3	1	2	1	2	9
110	2	2	2	2	2	10	2	5	3	10	2	2	1	2	7	4	4	3	2	13	2	2	2	2	1	9

111	1	3	1	2	2	9	3	4	5	12	3	2	2	2	9	2	2	5	4	13	3	1	2	2	2	10
112	2	1	1	3	2	9	4	5	3	12	3	1	2	2	8	3	4	3	2	12	1	1	3	2	1	8
113	2	2	2	1	1	8	5	3	4	12	2	1	1	3	7	2	3	2	2	9	2	2	1	1	3	9
114	3	2	2	1	2	10	3	4	4	11	3	2	2	1	8	5	2	2	3	12	2	2	1	2	3	10
115	2	2	2	1	2	9	4	4	5	13	2	1	3	3	9	3	2	2	2	9	2	3	3	2	2	12
116	3	3	2	2	2	12	5	3	4	12	1	1	1	3	6	5	2	4	3	14	2	2	3	1	2	10
117	3	2	2	4	2	13	4	4	2	10	3	1	3	2	9	3	2	2	4	11	2	1	2	2	3	10
118	2	2	2	4	2	12	4	4	3	11	2	1	2	1	6	2	2	2	4	10	2	1	4	3	2	12
119	3	3	2	2	2	12	3	5	4	12	3	2	2	1	8	3	3	2	2	10	2	2	2	1	3	10
120	3	2	2	4	3	14	3	4	3	10	2	3	3	2	10	3	2	2	4	11	3	2	2	3	2	12
121	2	5	3	3	2	15	4	5	3	12	2	2	2	1	7	2	5	3	3	13	2	2	5	3	2	14
122	3	2	2	2	2	11	4	3	3	10	2	1	2	3	8	3	2	2	2	9	2	2	3	1	2	10
123	3	2	2	4	2	13	4	4	2	10	2	3	2	2	9	3	2	2	4	11	2	2	2	2	2	10
124	3	2	2	3	2	12	4	5	3	12	1	3	1	2	7	3	2	2	3	10	2	2	2	3	1	10
125	4	2	5	2	5	18	5	5	3	13	5	3	3	2	13	4	2	5	2	13	5	2	2	3	2	14
126	3	3	3	2	5	16	4	3	4	11	3	2	2	1	8	3	3	3	2	11	5	1	3	2	3	14
127	2	2	2	2	2	10	2	3	3	8	2	5	3	2	12	2	2	2	2	8	2	2	3	2	2	12
128	3	2	2	3	2	12	3	5	3	11	5	2	2	1	10	3	2	2	3	10	2	2	2	3	1	10
129	4	2	5	2	5	18	3	5	3	11	4	5	2	3	14	4	2	5	2	13	5	2	2	3	2	14
130	3	3	3	2	5	16	4	3	4	11	3	3	2	3	11	3	3	3	2	11	5	1	3	2	3	14
131	2	2	2	2	2	10	3	3	3	9	2	5	3	2	12	2	2	2	2	8	2	2	3	3	2	12
132	5	3	5	2	2	17	3	5	4	12	3	5	2	2	12	5	3	5	2	15	2	3	2	1	3	11
133	2	1	4	3	2	12	5	4	2	11	4	3	2	2	11	2	1	4	3	10	2	2	2	2	4	12
134	2	2	2	1	3	10	3	3	5	11	2	4	2	2	10	2	2	2	1	7	3	3	3	2	2	13
135	1	2	1	2	2	8	3	3	3	9	2	1	3	2	8	2	2	1	3	8	2	2	2	2	3	11
136	1	2	1	1	3	8	5	4	5	14	2	1	5	2	10	2	2	2	1	7	1	3	3	2	3	12
137	2	2	3	2	2	11	3	5	3	11	2	2	2	2	8	3	3	2	2	10	2	5	2	1	1	11
138	2	2	2	2	3	11	3	4	4	11	2	2	1	1	6	3	2	2	3	10	3	1	2	5	2	13
139	2	2	3	2	2	11	3	4	5	12	2	2	3	2	9	1	4	3	2	10	2	2	2	2	1	9
140	3	2	1	2	2	10	3	3	4	10	1	3	2	3	9	2	2	1	1	6	3	3	2	2	2	12
141	1	2	3	1	3	10	4	5	5	14	2	1	2	2	7	3	2	3	2	10	1	1	3	2	1	8
142	2	2	2	2	1	9	4	3	2	9	2	2	3	2	9	2	3	2	2	9	2	2	4	1	3	12
143	2	2	2	3	3	12	3	5	4	12	1	2	2	3	8	1	2	2	3	8	2	2	1	2	3	10
144	2	1	3	2	2	10	5	4	5	14	4	1	3	2	10	3	2	2	2	9	2	3	3	2	2	12
145	2	2	1	4	3	12	4	4	3	11	2	2	1	1	6	1	2	2	3	8	2	2	3	1	2	10
146	4	2	5	4	2	17	3	3	3	9	2	2	2	3	9	4	3	2	2	11	3	1	1	3	3	11
147	4	2	4	2	3	15	5	4	5	14	2	2	3	3	10	2	2	4	3	11	2	2	1	1	1	7
148	3	2	2	4	3	14	5	4	4	13	2	2	5	4	13	4	3	2	1	10	3	1	2	2	1	9
149	2	5	3	3	2	15	4	3	5	12	3	2	2	3	10	2	2	4	3	11	2	3	2	1	2	10
150	5	3	2	2	2	14	4	4	4	12	1	3	3	3	10	3	3	5	3	14	2	2	2	1	2	9
151	4	1	4	3	3	15	5	4	5	14	2	2	3	4	11	2	2	3	1	8	2	1	2	2	2	9
152	3	3	2	2	3	13	4	5	4	13	2	2	4	2	10	2	3	2	2	9	2	1	3	2	2	10
153	2	2	2	2	3	11	5	4	3	12	2	2	2	3	9	4	2	4	3	13	1	2	1	2	2	8
154	5	3	3	2	4	17	4	5	2	11	5	2	2	3	12	2	2	2	3	9	2	2	4	3	2	13
155	2	1	2	4	3	12	4	3	5	12	5	1	3	2	11	3	4	3	2	12	3	2	1	1	2	9
156	2	1	4	3	2	12	4	4	4	12	2	2	3	3	10	2	2	3	3	10	2	2	2	2	2	10
157	2	2	2	4	5	15	4	5	4	13	2	3	5	4	14	3	2	2	3	10	1	2	2	4	1	10
158	2	3	2	3	2	12	4	4	3	11	5	2	2	2	11	4	2	2	3	11	2	2	2	3	2	11
159	3	2	3	2	2	12	5	4	5	14	3	3	3	2	11	2	4	3	2	11	3	1	3	2	3	12
160	1	5	3	2	3	14	4	5	4	13	2	1	2	2	7	3	2	3	3	11	2	2	4	1	2	11

161	2	2	2	3	2	11	5	5	4	14	2	1	4	3	10	2	3	2	1	8	3	2	2	3	2	12
162	2	4	4	3	3	16	3	4	5	12	2	2	2	5	11	3	2	2	2	9	4	1	2	2	3	12
163	1	1	3	2	1	8	3	3	3	9	2	2	2	5	11	3	3	3	2	11	2	3	2	2	1	10
164	2	2	1	2	1	8	5	3	4	12	2	2	3	2	9	2	4	1	3	10	2	2	2	2	3	11
165	1	2	1	1	3	8	4	5	4	13	3	1	5	2	11	2	2	2	1	7	1	3	3	2	3	12
166	2	2	1	3	1	9	3	3	3	9	5	2	2	2	11	3	3	2	2	10	2	1	2	1	1	7
167	1	1	3	1	2	8	3	4	5	12	2	2	1	4	9	4	2	2	3	11	3	1	2	1	2	9
168	3	2	3	2	1	11	5	4	5	14	2	2	3	2	9	4	4	3	2	13	2	2	2	2	1	9
169	2	3	2	2	1	10	3	4	5	12	4	3	2	3	12	2	2	1	1	6	3	1	2	2	2	10
170	1	2	2	2	2	9	4	4	5	13	2	1	5	2	10	3	2	3	2	10	1	4	3	2	1	11
171	1	1	3	2	1	8	4	4	5	13	2	2	3	2	9	2	3	2	2	9	2	2	1	1	3	9
172	2	1	2	3	1	9	3	4	5	12	5	2	2	3	12	4	2	4	3	13	2	2	4	2	3	13
173	2	2	2	1	2	9	3	5	5	13	1	1	3	2	7	3	2	2	2	9	2	3	3	2	2	12
174	2	3	3	2	2	12	5	3	2	10	2	2	1	4	9	4	2	4	3	13	2	2	3	1	2	10
175	3	2	1	2	2	10	5	5	3	13	2	3	2	2	9	1	2	1	2	6	1	2	3	2	2	10
176	1	2	1	3	2	9	4	4	4	12	1	2	2	2	7	2	2	3	4	11	3	3	2	2	2	12
177	2	2	2	2	2	10	2	5	4	11	4	5	3	2	14	1	2	2	2	7	2	1	1	3	2	9
178	2	3	4	2	3	14	4	4	5	13	2	5	4	1	12	1	3	2	4	10	1	2	3	2	1	9
179	2	2	1	2	3	10	5	5	3	13	2	2	2	5	11	2	1	2	4	9	3	2	2	2	3	12
180	3	3	2	2	1	11	5	4	4	13	5	3	3	2	13	2	3	3	2	10	2	2	3	3	2	12
181	1	2	3	4	1	11	2	5	5	12	3	3	2	4	12	2	1	1	2	6	3	3	2	2	4	14
182	2	2	1	1	4	10	4	5	5	14	2	5	2	3	12	2	2	2	2	8	1	2	2	3	1	9
183	1	3	4	3	2	13	5	4	4	13	3	3	2	2	10	2	4	3	1	10	3	3	3	2	2	13
184	1	1	3	1	5	11	4	5	2	11	2	3	1	2	8	2	2	3	2	9	3	3	3	2	3	14

Anexo 4: Certificados validación de Instrumentos



ESCUELA DE POSTGRADO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA EXPECTATIVA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA UGEL 02

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Confiabilidad								
1	Cuando una UGEL excelente promete hacer algo en un tiempo determinado, Lo cumple	X		X		X		
2	Cuando un usuario tiene un problema una UGEL muestra sincero interés por resolverlo.	X		X		X		
3	Una UGEL excelente desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez	X		X		X		
4	Una UGEL excelente proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo.	X		X		X		
5	Una UGEL excelente mantiene informados a los usuarios sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Responsabilidad								
6	Los empleados de una UGEL excelente brindan el servicio con prontitud a los usuarios.	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Los empleados de una UGEL excelente siempre se muestran dispuestos a ayudar a los usuarios.	X		X		X		
8	Los empleados de una UGEL excelente nunca están demasiado ocupados como para no atender a un usuario	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Seguridad								
9	El comportamiento de los empleados de una UGEL excelente le inspira confianza.	Si	No	Si	No	Si	No	
10	Al realizar trámites con una UGEL excelente el usuario se debe sentir seguro	X		X		X		
11	Los empleados de una UGEL excelente tratan a los usuarios siempre con cortesía	X		X		X		
12	Los empleados de una UGEL excelente cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los usuarios	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: Empatía								
13	Una UGEL excelente le brinda atención individual.	X		X		X		
14	Una UGEL excelente cuenta con empleados que le brindan atención personalizada	X		X		X		
15	Una UGEL excelente se preocupa de cuidar los intereses de sus usuarios	X		X		X		
16	Los empleados de una UGEL excelente entienden sus necesidades específicas	X		X		X		
DIMENSIÓN 5: Bienes tangibles								
17	La apariencia de los equipos de una UGEL excelente es moderna	X		X		X		
18	Las instalaciones físicas de una UGEL excelente son visualmente atractivas	X		X		X		
19	La presentación de los empleados de una UGEL excelente es buena	X		X		X		
20	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de una UGEL excelente son visualmente atractivos	X		X		X		
21	Los horarios de actividades de una UGEL excelente son convenientes	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): *Es suficiente*

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Miluska Rosario Vega Guevara DNI: 25264526

Especialidad del validador: *Metodología de la investigación*

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

..... 19 de 03 del 2016



Firma del Experto Informante: *[Firma]*
CATEDRÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA UGEL 02

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Confiabilidad								
1	Cuando la UGEL02 promete cumplir algo en un tiempo determinado, Lo cumple	X		X		X		
2	Cuando un usuario tiene un problema la UGEL02 muestra sincero interés en resolverlo.	X		X		X		
3	La UGEL02 desempeña bien el servicio a la primera vez	X		X		X		
4	La UGEL cumple con los servicios en el tiempo que promete hacerlo.	X		X		X		
5	El personal de la UGEL02 informa a los usuarios adecuadamente sobre los procedimientos que se van a seguir para emplear los servicios.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Responsabilidad								
6	Los empleados de la UGEL02 brindan un servicio con prontitud a los usuarios.	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Los empleados de la UGEL02 siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.	X		X		X		
8	Los empleados de la UGEL02 nunca están demasiado ocupados para atender a un usuario	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Seguridad								
9	El comportamiento de los empleados de la UGEL02 les inspira confianza a los usuarios.	Si	No	Si	No	Si	No	
10	El usuario al realizar trámites en la UGEL02, se siente seguro.	X		X		X		
11	Los empleados de la UGEL02 tratan a los usuarios con cortesía.	X		X		X		
12	Los empleados de la UGEL02 el conocimiento suficiente para responder las consultas de los usuarios.	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: Empatía								
13	La UGEL02 brinda atención individual a los usuarios.	X		X		X		
14	La UGEL02 cuenta con empleados que brindan atención personalizada	X		X		X		
15	La UGEL02 se preocupa de velar por los intereses de sus usuarios	X		X		X		
16	Los empleados de la UGEL02 entienden las necesidades específicas de los usuarios	X		X		X		
DIMENSIÓN 5: Bienes tangibles								
17	La UGEL cuenta con equipos de apariencia modernos.	X		X		X		
18	Las instalaciones físicas de la UGEL son visualmente atractivas.	X		X		X		
19	La presentación de los empleados de la UGEL tienen una buena presencia	X		X		X		
20	Los materiales (folletos o catálogos) de la UGEL son visualmente atractivos.	X		X		X		
21	Los horarios de actividades de la UGEL son convenientes	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Es suficiente

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: **Mg. Miluska Rosario Vega Guevara** DNI: **28284526**

Especialidad del validador: Metodología de la Investigación

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

19 de mayo del 2016
Escuela de Posgrado
Universidad Nacional de San Agustín

Miluska Vega Guevara
Mag. Miluska Vega Guevara
Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA EXPECTATIVA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA UGEL 02

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSIÓN 1: Confiabilidad								
1	Cuando una UGEL excelente promete hacer algo en un tiempo determinado, Lo cumple	X		X		X		
2	Cuando un usuario tiene un problema una UGEL muestra sincero interés por resolverlo.	X		X		X		
3	Una UGEL excelente desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez	X		X		X		
4	Una UGEL excelente proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo.	X		X		X		
5	Una UGEL excelente mantiene informados a los usuarios sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Responsabilidad								
6	Los empleados de una UGEL excelente brindan el servicio con prontitud a los usuarios.	SI	No	SI	No	SI	No	
7	Los empleados de una UGEL excelente siempre se muestran dispuestos a ayudar a los usuarios.	X		X		X		
8	Los empleados de una UGEL excelente nunca están demasiado ocupados como para no atender a un usuario	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Seguridad								
9	El comportamiento de los empleados de una UGEL excelente le inspira confianza.	SI	No	SI	No	SI	No	
10	Al realizar trámites con una UGEL excelente el usuario se debe sentir seguro	X		X		X		
11	Los empleados de una UGEL excelente tratan a los usuarios siempre con cortesía	X		X		X		
12	Los empleados de una UGEL excelente cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los usuarios	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: Empatía								
13	Una UGEL excelente le brinda atención individual.	X		X		X		
14	Una UGEL excelente cuenta con empleados que le brindan atención personalizada	X		X		X		
15	Una UGEL excelente se preocupa de cuidar los intereses de sus usuarios	X		X		X		
16	Los empleados de una UGEL excelente entienden sus necesidades específicas	X		X		X		
DIMENSIÓN 5: Bienes tangibles								
17	La apariencia de los equipos de una UGEL excelente es moderna	X		X		X		
18	Las instalaciones físicas de una UGEL excelente son visualmente atractivas	X		X		X		
19	La presentación de los empleados de una UGEL excelente es buena	X		X		X		
20	Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de una UGEL excelente son visualmente atractivos	X		X		X		
21	Los horarios de actividades de una UGEL excelente son convenientes	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): *SI*

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador: *Dr. Talleo Reyes Rodolfo*

Especialidad del validador: *Metodología. Docente de Gestión Social. FPG-UCV*

DNI: *10217463*

Fecha: *26 de 03 del 2016*



Firma del Experto Informante: *Rodolfo Talleo Reyes*

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA UGEL 02

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSIÓN 1: Confiabilidad								
1	Cuando la UGEL02 promete cumplir algo en un tiempo determinado. Lo cumple	X		X		X		
2	Cuando un usuario tiene un problema la UGEL02 muestra sincero interés en resolverlo.	X		X		X		
3	La UGEL02 desempeña bien el servicio a la primera vez	X		X		X		
4	La UGEL cumple con los servicios en el tiempo que promete hacerlo.	X		X		X		
5	El personal de la UGEL02 informa a los usuarios adecuadamente sobre los procedimientos que se van a seguir para emplear los servicios.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Responsabilidad								
6	Los empleados de la UGEL02 brindan un servicio con prontitud a los usuarios.	X		X		X		
7	Los empleados de la UGEL02 siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.	X		X		X		
8	Los empleados de la UGEL02 nunca están demasiado ocupados para atender a un usuario	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Seguridad								
9	El comportamiento de los empleados de la UGEL02 les inspira confianza a los usuarios.	X		X		X		
10	El usuario al realizar trámites en la UGEL02, se siente seguro.	X		X		X		
11	Los empleados de la UGEL02 tratan a los usuarios con cortesía.	X		X		X		
12	Los empleados de la UGEL02 el conocimiento suficiente para responder las consultas de los usuarios.	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: Empatía								
13	La UGEL02 brinda atención individual a los usuarios.	X		X		X		
14	La UGEL02 cuenta con empleados que brindan atención personalizada	X		X		X		
15	La UGEL02 se preocupa de velar por los intereses de sus usuarios	X		X		X		
16	Los empleados de la UGEL02 entienden las necesidades específicas de los usuarios	X		X		X		
DIMENSIÓN 5: Bienes tangibles								
17	La UGEL cuenta con equipos de apariencia modernos.	X		X		X		
18	Las instalaciones físicas de la UGEL son visualmente atractivas.	X		X		X		
19	La presentación de los empleados de la UGEL tienen una buena presencia	X		X		X		
20	Los materiales (folletos o catálogos) de la UGEL son visualmente atractivos.	X		X		X		
21	Los horarios de actividades de la UGEL son convenientes	X		X		X		
Observaciones (precisar si hay suficiencia): <u>Si</u>								

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Talledo Diego Sandoval DNI: 10217463

Especialidad del valic: Psicología De 26 De 03 del 2016


 Firma del Experto Informante
Dr. Roberto Santos

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión